



Universidad
Carlos III de Madrid
www.uc3m.es

TESIS DOCTORAL

Motivaciones, características y determinantes del emprendedor informal

Autor:

Fidel Edgard Amésquita Cubillas

Directoras:

María Jesús Nieto Sanchez

Alicia Rodriguez Márquez

DEPARTAMENTO DE INGENIERIA MECÁNICA

SECCIÓN DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

Leganés/Getafe, junio, 2017

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
Capítulo 1.- Introducción general de la tesis	1
1.1. Motivación de la investigación	1
1.2. Objetivos de la investigación	8
1.3. Datos utilizados	9
1.4. Estructura de la tesis	10
 Capítulo 2.- El emprendimiento informal, orígenes e implicaciones	 14
2.1. Introducción	14
2.2. Revisión de literatura	15
Los orígenes de la economía informal	15
El emprendimiento informal	20
2.3. Implicaciones del emprendimiento informal	24
 Capítulo 3.- Entendiendo las intenciones de los emprendedores informales en Perú	 31
3.1. Introducción	31
3.2. Revisión de literatura	33
El emprendimiento informal	33
El contexto peruano	37
La teoría del comportamiento planeado	40
3.3. Hipótesis	41
3.3.1. La actitud personal influye en la intención de operar una empresa informal	42
3.3.2. El entorno más cercano influye en la intención de operar una empresa informal	43
3.3.3. El control conductual percibido influye en la intención de operar una empresa informal	43
3.4. Análisis empírico	45
3.4.1. Muestra	45
3.4.2. Variables	46
3.4.3. Metodología	49
3.4.3.1. Desarrollo del instrumento	50
3.4.3.2. Administración del instrumento	51
3.5. Resultados	51
3.5.1. Prueba de robustez	58
3.6. Discusión	59
3.7. Conclusión	61
 Capítulo 4.- El referente cercano, la autoeficacia y el miedo al fracaso en el emprendimiento informal	 65
4.1. Introducción	65
4.2. Revisión de literatura	69
Características, rasgos y personalidad de los emprendedores	69
El enfoque de cognición en el emprendimiento	71

4.3.	Hipótesis	72
4.3.1.	El referente cercano y el emprendimiento informal	73
4.3.2.	La autoeficacia y el emprendimiento informal	76
4.3.3.	El miedo al fracaso y el emprendimiento informal	77
4.4.	Análisis empírico	79
4.4.1.	Muestra	79
4.4.2.	Variables	80
4.4.3.	Metodología	86
4.5.	Resultados	88
4.5.1.	Prueba de robustez	92
4.6.	Discusión	93
4.7.	Conclusión	96
Capítulo 5.- La cultura y el emprendimiento informal		99
5.1.	Introducción	99
5.2.	Revisión de literatura	102
	Determinando la cultura a través de los valores	102
	La cultura dentro de los países	109
	La cultura y el emprendimiento	110
	La cultura y el emprendimiento informal	112
5.3.	Hipótesis	114
5.3.1.	Las influencias socioculturales en el emprendimiento informal	114
5.3.2.	La cultura de arraigo y el emprendimiento informal	115
5.4.	Análisis empírico	117
5.4.1.	Muestra	117
5.4.2.	Variables	118
5.4.3.	Metodología	125
5.5.	Resultados	127
5.5.1.	Prueba de robustez	131
5.6.	Discusión	132
5.7.	Conclusión	135
Capítulo 6.- Conclusiones generales y líneas futuras de investigación		136
Referencias bibliográficas		142

LISTA DE TABLAS

	Pág.	
Tabla 2.1.	Publicaciones sobre la economía informal	18
Tabla 2.2.	Políticas para abordar el emprendimiento informal	29
Tabla 2.3.	Medidas disponibles para transformar el emprendimiento informal en formal	30
Tabla 3.1.	Detalles de la muestra de encuestados	46
Tabla 3.2.	Análisis factorial	52
Tabla 3.3.	Matriz de descriptivos y correlación de variables	54
Tabla 3.4.	Determinantes del SEM	55
Tabla 3.5.	Índices de ajustes del SEM	59
Tabla 3.6.	Escala de medición de los ítems	64
Tabla 4.1.	Cantidad total de encuestados por año	80
Tabla 4.2.	Pregunta GEM referida al registro de la SUNAT	81
Tabla 4.3.	Variable dependiente: emprendedor informal	81
Tabla 4.4.	Frecuencia de respuesta al registro de la SUNAT	81
Tabla 4.5.	Preguntas GEM referida a las percepciones cognitivas	82
Tabla 4.6.	Descripción de las variables socio-demográficas	85
Tabla 4.7.	Valores descriptivos de las variables	85
Tabla 4.8.	Variación de la edad en la muestra	86
Tabla 4.9.	Matriz de correlaciones	89
Tabla 4.10.	Resultados	90
Tabla 4.11.	Ajustes de los modelos	92
Tabla 4.12.	Valores del coeficiente del modelo de rol	93
Tabla 5.1.	Comparación conceptual de los diferentes modelos de medición de la cultura	107
Tabla 5.2.	Cantidad total de encuestados por año	118
Tabla 5.3.	Pregunta GEM referida al registro de la SUNAT	118
Tabla 5.4.	Variable dependiente: emprendedor informal	119
Tabla 5.5.	Frecuencia de respuesta al registro de la SUNAT - Estatus	119
Tabla 5.6.	Frecuencia de respuesta al registro de la SUNAT – Cultura arraigo	120
Tabla 5.7.	Pregunta GEM referida a la percepción cognitiva estatus	120
Tabla 5.8.	Pregunta referida a la cultura de arraigo	121
Tabla 5.9.	Recodificación de la variable cultura de arraigo	121
Tabla 5.10.	Descripción de las variables socio-demográficas	123
Tabla 5.11.	Valores descriptivos de las variables - Estatus	124
Tabla 5.12.	Valores descriptivos de las variables - Cultura arraigo	124
Tabla 5.13.	Frecuencia de respuesta a la pregunta de cultura de arraigo	124
Tabla 5.14.	Matriz de correlaciones – Estatus	128
Tabla 5.15.	Matriz de correlaciones - Cultura arraigo	128
Tabla 5.16.	Resultados – Estatus	129
Tabla 5.17.	Resultados - Cultura arraigo	130
Tabla 5.18.	Ajuste de los modelos – Estatus	131
Tabla 5.19.	Ajuste de los modelos – Cultura arraigo	131

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1.1. Estructura general de la tesis	12
Figura 2.1. Influencia de las instituciones en el emprendimiento	21
Figura 3.1. Modelo de la teoría del comportamiento planeado	41
Figura 3.2. Modelo de investigación del estudio	44
Figura 3.3. Coeficientes del resultado del SEM	56
Figura 4.1. Modelo de características de emprendimiento	71
Figura 4.2. Variación del coeficiente modelo de rol	93
Figura 5.1. Dimensiones de los valores culturales de Schwartz	104

Capítulo 1.- Introducción general de la tesis

En el presente capítulo se presenta la motivación de la investigación, los objetivos que se quieren alcanzar, los datos utilizados y la estructura de la tesis.

1.1. Motivación de la investigación

El fenómeno del emprendimiento en la economía informal no puede ser ignorado, pues se considera como un fenómeno creciente, especialmente en los países en desarrollo (Light, 2013), donde el tamaño del sector informal de una economía puede ser significativo en relación con su PBI (Gërxhani, 2004). Se estima que un 30 por ciento del comercio mundial es informal, existiendo países con una tasa de informalidad que llega a un 70 por ciento, (Schneider, et al. 2010). En América Latina la economía informal es cercana al 41.1 por ciento de la producción nacional y en Perú se estima que es aproximadamente el 58 por ciento (Schneider et al., 2010). El tamaño aparente y la importancia de la economía informal condujeron inicialmente a estudios centrados en su naturaleza marginal (Hart, 1970, 1972, 1973); no obstante, con el tiempo los estudios están considerando su dependencia más amplia en la dinámica social y económica de un país (Gërxhani, 2004).

En general, los factores determinantes de la economía informal tienden a estar relacionados con los contextos económicos (Loayza, 2008) y el régimen regulador del Estado (De Soto, 1989; Portes y Haller, 2004), mientras que las normas sociales, culturales e institucionales de una sociedad se han asociado principalmente con las tasas de informalidad (Friedman et al., 2000; Thai y Turkina, 2013). También se considera que la economía informal tiene efectos nefastos en el desempeño económico de un país, manteniendo bajos niveles de productividad y debilitando el crecimiento de los negocios formales (Farrell, 2004); aunque esta visión es distinta en países en desarrollo,

pues la economía informal es un mecanismo para proporcionar ingresos, que la economía formal no puede proveer (Hussain, 2011).

Con una creciente atención en la economía informal viene un interés consecuente en el emprendimiento informal (Williams, 2013a; Thai y Turkina, 2013) y con una mayor implicación en economías menos desarrolladas (Hipsher, 2013). Un emprendedor, el cual participa activamente en el inicio de una empresa o como propietario o gerente de un negocio, puede a su vez ser definido como emprendedor informal si está involucrado en transacciones monetarias que no se declaran al estado con fines tributarios o regulatorios, pero todos los demás aspectos son legales (Williams, Nadin y Rogers, 2012); distinguiéndose al emprendedor informal, de aquellos individuos que desarrollan actividades delictivas y de criminalidad que no son aceptadas por la sociedad. (Webb et al., 2013). Aunque se conoce mucho sobre los motivadores y las características de los emprendedores en la economía formal, la evidencia empírica sobre las motivaciones y características de los emprendedores informales es limitada (Williams y Nadin, 2010). Sin embargo, recientemente, la literatura está experimentando un aumento de la investigación en el campo del emprendimiento informal (Thai y Turkina, 2013), dentro del cual se utilizan una serie de perspectivas sociales, culturales e institucionales, sumados a datos e indicadores económicos, utilizados para examinar y entender mejor el fenómeno.

La informalidad incluye aquellos negocios que no sólo cuentan con un registro formal en cualquier agencia gubernamental, sino también incluyen la falta de los diferentes registros parciales del negocio (De Castro, Khavul, y Bruton, 2014). Los factores que se han encontrado que influyen en una persona para entrar en el emprendimiento informal incluyen: la necesidad económica (Williams y Nadin, 2010; Williams, 2013b), la localización y disponibilidad de oportunidades de negocio

(Williams, 2011), la falta de oportunidades de empleos formales (Pisani, 2013; Williams y Youssef, 2013), además de considerarlo un proceso de auto-selección voluntario (Pisani & Pagan 2004). Eijdenberg (2016) indica que las definiciones occidentales de motivación y orientación emprendedora pueden no ser directamente aplicables a los emprendedores informales de las economías en desarrollo, donde existe mucho emprendimiento informal, y estos emprendedores pueden operar bajo diferentes paradigmas. La investigación existente sobre el emprendimiento informal tiende a centrarse en factores institucionales y motivacionales a través de estudios de un solo país y entre países (Siqueira, Webb y Bruton, 2014). Gran parte de esta literatura, si bien es rigurosa, se ocupa de las interacciones a través de las influencias institucionales o económicas y pocas proporcionan explicaciones detalladas de los impulsores de las acciones de los emprendedores informales a nivel micro o individual. Lo cual, muestra una brecha interesante por investigar.

Como ya se había mencionado, se ha dedicado poca investigación a factores o motivaciones individuales (Webb et al., 2013) y su intención emprendedora (Liñán y Fayolle, 2015). Este tipo de datos es importante, junto con la información contextual, pues podría utilizarse para desarrollar políticas que aborden los niveles de informalidad (Smallbone, Welter y Ateljevic, 2014; Williams, 2013a; Powell, 2013). Esto es particularmente relevante con respecto a la influencia que tienen las instituciones con la intención emprendedora (Fayolle y Liñán, 2014; Liñán y Fayolle, 2015) y la forma en que estas instituciones pueden influir en los niveles de informalidad. Dado que el emprendimiento informal es un subconjunto del emprendimiento, debe compartir algunos de los mismos determinantes y antecedentes (Thai y Turkina, 2013). En consecuencia, se deduce que los métodos y marcos utilizados para estudiar la intención emprendedora serán apropiados para examinar la creación de empresas o nuevos

negocios por emprendedores informales. Bird (1998, 1992) consideró la creación de empresas como un resultado de las intenciones. Los modelos basados en la intención incluyen la teoría del comportamiento planeado (Ajzen, 1985), que se ha convertido en un modelo predominante para especificar la intención emprendedora (Fayolle y Liñán, 2014) y también ha sido ampliamente utilizado para investigar las actitudes y creencias subyacentes a la intención emprendedora (por ejemplo, Autio et al., 2001, Kolvereid, 1996; Krueger, Reilly, y Carsrud, 2000; Serida y Morales, 2011; Van Gelderen et al. 2008). Asimismo, la teoría del comportamiento planeado también se ha utilizado para investigar conductas indeseables (por ejemplo, Beck y Ajzen, 1991, Burak y Vian, 2007). Su modelo simple y la capacidad de construir un cuestionario estructurado de manera discreta y simple, lo convierten en una buena opción para obtener información de los emprendedores (Ram, Edwards y Jones, 2007), y en este caso en para el estudio de un tema tan sensible como el emprendimiento informal. En esta investigación se plantea identificar los factores que contribuyen a las intenciones de un individuo para operar un negocio informal.

Adicionalmente, gran parte de las motivaciones y características del emprendedor informal se derivan de estudios de casos o de estudios con un número limitado de encuestados (De Castro, Khavul y Bruton, 2014; Hipsher, 2013; Williams, 2007; Rodin, McNeill, Vite-León y Heymann, 2012; Ama, Mangadi, y Ama, 2014). Esto se debe, en parte, a que los datos son difíciles de obtener (McGahan, 2012), ya que los emprendedores informales por lo general desconfían de los investigadores debido a la sensibilidad de proporcionar datos sobre su identidad, la estigmatización o la potencial exposición de sus operaciones no legales (Ram, Edwards y Jones, 2007; Ama, Mangadi y Ama, 2014). Sin embargo, para fines de esta investigación, se ha podido

obtener información primaria de campo, así como datos secundarios a través de información periódica.

El *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) reúne datos de varios países de todo el mundo (Bosma, 2013; Álvarez, Urbano y Amoros, 2014). Los datos de los emprendedores regulares y anónimos se recogen a través de la Encuesta Anual de Población Adulta (EPA), la cual incluye varios tipos de preguntas vinculadas a las características de los individuos encuestados, así como sus percepciones y acciones tomadas antes y después de la encuesta. Recientemente, en el año 2012, se ha incluido una pregunta voluntaria, respecto a si el emprendedor registra su negocio ante la entidad oficial del país. Esta pregunta tiene el potencial para distinguir entre emprendedores formales e informales, ya que un negocio que no está registrado es considerado informal (Gërxxhani, 2004; Klapper et al. 2007; Nyström, 2008; Webb et al. 2009). Perú participa en el GEM desde el año 2009 y continúa recopilando datos de una variedad de emprendedores, incluyendo las respuestas a la pregunta de registro de negocios. Dentro de la encuesta de población adulta, se consideran las percepciones cognitivas de un individuo como el modelo de rol, la autoeficacia y el miedo al fracaso (Frese y Gielniek, 2014). Estas percepciones cognitivas individuales han sido ampliamente estudiadas en el emprendimiento (Bosma et al., 2012; Chlosta 2012; Wyrwich et al. 2016). Considerar esta información dentro de aquellos que declararon a su vez que no registraron su negocio, nos invita a investigar, cuáles son los resultados de su interacción.

Por otro lado, durante muchos años se ha estudiado la influencia de la cultura sobre los diferentes temas del emprendimiento. (Kogout y Singh, 1988; Shane, 1993; Shane 1994; Freytag y Thurik, 2010). Desde que Hofstede (1980) desarrolló la teoría de la medición de la cultura, muchos de los investigadores han aplicado este marco para comparar los países y estudiar la influencia de la cultura. Otros investigadores, sin

embargo, han mirado dentro del país y encontraron una variación cultural (Kanungo y Bhatnagar, 1978; Tung et al, 2008), llevándonos a sugerir la necesidad de más estudios de este fenómeno (McGrath y McMilan, 1992; Davidsson y Wiklund 1997; Audretsch et al., 2010). Aunque hay diversos estudios sobre la relación entre cultura y emprendimiento (Hayton et al., 2002; Suddle et al, 2010), varios autores consideran que este campo está todavía en desarrollo (George y Zahra, 2002; Engelen et al., 2009; Thornton et al., 2011; Laskovaia, et al., 2017). El desarrollo de los sectores empresariales y del emprendimiento de un país tiende a basarse en políticas de apoyo regidas por los determinantes económicos, normativos y culturales dominantes de un país (Freitag y Thurik, 2010). La cultura de un país influirá en cómo una empresa se comunicará y negociará con sus trabajadores, consumidores e interesados (Bargiela-Chiappini y Nickerson, 2003). De la misma manera, la cultura afecta los procesos de confianza (Doney, Cannon, y Mullen, 1998), como las relaciones de confianza entre personas de culturas diferentes, así como de personas dentro de la misma cultura (Huff y Kelley, 2003).

Los efectos de la cultura se encuentran muy presentes, en la negociación comercial y las relaciones comerciales, que pueden ser bastante diferentes entre países y también dentro de las regiones de un mismo país (Strong y Weber, 1998). La política empresarial influenciada por la visión cultural dominante de un país también puede tener efectos diferentes en diferentes grupos, al requerir que se ajusten a modelos y supuestos económicos que pueden no ser culturalmente relevantes (Peredo y McLean, 2013). Si bien estos efectos e influencias culturales son conocidos por los negocios y el emprendimiento, poco se sabe del papel que juega la cultura en la formación y la continuación de las empresas informales, lo cual todavía es excipiente en la literatura. Thai y Turkina (2013; 2014) evaluaron el emprendimiento formal e informal en

diferentes países, encontrando un patrón distinto de atributos culturales y sus influencias sobre la informalidad. Estos resultados se determinaron principalmente a partir del uso de valores para medir la cultura. Este es un método que tuvo como pionero a Hofstede (1980) y posteriormente aplicado por Schwartz (1994) y el *World Values Survey (WVS)*, proyecto para desarrollar una serie de constructos dimensionales que se utilizan para explicar las creencias y comportamientos dentro de las sociedades. Esta brecha de la relación del emprendimiento informal y la cultura dentro de un país, es un tema todavía por desarrollar.

La encuesta del *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* permite realizar investigaciones a nivel micro empresarial y a nivel local en sus rondas de encuestas mediante la adición de algunas preguntas (Klyver, 2008). Así, en los datos de la encuesta GEM Perú del 2016, se incluyó las diez preguntas de la versión corta de la medición de valores de Schwartz (1994), tomadas de la Encuesta Mundial de Valores (WVS) como un medio para medir las culturas nacionales y regionales del Perú y proporcionar un análisis del papel de la cultura con respecto al emprendimiento, lo cual ayudaría a relacionar directamente entre la información relevante del emprendedor informal y los valores culturales medidos mediante un mismo instrumento y por ende un mismo individuo.

Finalmente, el contexto peruano, del cual se ha indicado previamente sus altos índices de informalidad, presenta muchos de los determinantes económicos e institucionales de la informalidad en la literatura. En particular, bajos niveles de educación, rápido cambio demográfico y estructuras industriales primarias extractivas (Loayza, 2008). Loayza (2008) indica que las instituciones formales peruanas ofrecen un marco legal excesivamente complejo, una mala calidad de los servicios gubernamentales y una débil presencia estatal. En lo que respecta a la propiedad de la

empresa, en Perú dominan las empresas familiares (PwC Perú, 2013), con gran parte de la mano de obra peruana dedicada a pequeñas empresas y el 64 por ciento de la mano de obra de Lima trabajando en empresas con menos de diez personas (INEI, 2013).

El estudio de caso de Bird (2013) sobre la informalidad en el Perú, ilustra aún más la cultura del emprendedor informal y proporciona una idea de algunos de los factores que impulsan el desarrollo informal. El caso destaca la gama de facilitadores de formalización que se establecieron, tales como el registro de propiedad en un intento de permitir el acceso al crédito garantizado, la expansión de las instituciones de microcrédito y un programa de reforma regulatoria del registro de negocios. Estas iniciativas llevaron a una reducción de los impuestos, la simplificación de documentos y la introducción de registros de negocios de un solo día. Sin embargo, tal como lo indican Webb, Bruton, Tihanyi e Ireland (2013), estos tipos de reformas institucionales de ritmo rápido pueden no producir los resultados deseados de reducir el emprendimiento informal, sino un círculo vicioso de continuidad informal. La actitud de los peruanos, caracterizada por la mentalidad de "evitar las prácticas contractuales, legalistas y burocráticas" (Ram, Edwards y Jones, 2007, p.322) parece ser un moderador de las soluciones institucionales y regulaciones establecidas. Bajo este contexto, la problemática del Perú nos lleva a investigar, cuáles son las motivaciones, determinantes y características de los emprendedores informales, a fin de contribuir en alguna medida en la solución de tamaño problema.

1.2. Objetivos de la investigación

El propósito de la presente Tesis Doctoral es determinar o descubrir cuáles son las motivaciones, características y determinantes de los emprendedores informales. Este objetivo general de la investigación, a su vez se ha dividido en tres objetivos

específicos, cada uno de los cuales se desarrolla en un capítulo de la investigación, así tenemos:

- I. Evaluar y analizar las intenciones de los emprendedores informales, mediante el modelo de la teoría del comportamiento planeado (Ajzen, 1991), modelo que nos ayudará a identificar, mediante la relevancia de los diferentes componentes de cada constructo del modelo, aquellos que dan mayor soporte al comportamiento posterior de emprender un negocio informal.
- II. Evaluar y analizar las implicaciones de conocer un referente cercano como modelo en el emprendimiento informal, así como las implicaciones de la autoeficacia y el miedo al fracaso también con el emprendimiento informal.
- III. Evaluar y analizar las implicaciones de la percepción socio-cultural del emprendimiento como buen estatus en el emprendimiento informal. Asimismo, evaluar y analizar las implicaciones de los valores culturales de la dimensión “Arraigo – Tradición” de Schwartz (2004), la cual sigue las costumbres y tradiciones, también con el emprendimiento informal.

1.3. Datos utilizados

A efectos de realizar los análisis empíricos para cumplir con los objetivos antes mencionados, se han tomado diferentes fuentes de datos, así tenemos:

- a) Para la evaluación y análisis del modelo de la teoría del comportamiento planeado (Ajzen, 1991) se ha considerado datos primarios obtenidos de una muestra del registro temporal de pequeños negocios informales de venta de cilindros de gas doméstico del Perú, el cual fue establecido entre los años 2007 y 2008. Para la recolección de datos, se elaboró un instrumento específico, según las recomendaciones de la literatura (Ajzen 2006; Francis et al 2004).

- b) Para la evaluación y análisis del modelo de rol, la autoeficacia y el miedo al fracaso, se ha considerado los datos de la Encuesta de Población Adulta – EPA, del *Global Entrepreneurship Monitor* - GEM del Perú, desde los años 2012 al 2016.
- c) Para la evaluación y análisis de la implicación de la percepción socio-cultural de estatus con el emprendimiento informal, también se ha considerado los datos del GEM Perú correspondiente a los años 2012 al 2016.
- d) Para la evaluación y análisis de la dimensión Arraigo (Schwartz, 1999), se ha considerado la pregunta relacionada al seguimiento de las costumbres y tradiciones, incluida en la EPA – GEM Perú del año 2016.

1.4. Estructura de la Tesis

En la Figura 1.1 se muestra gráficamente la estructura de la Tesis. Tras esta introducción el capítulo 2 contiene un desarrollo teórico el emprendimiento informal, considerando sus orígenes y sus implicaciones. Los capítulos siguientes contienen tres estudios de investigación empírica los cuales están alineados a los objetivos específicos antes desarrollados. . Así, la presente Tesis se compone de los siguientes capítulos:

El capítulo 2, se desarrolla con el objetivo de exponer las principales definiciones sobre economía informal, así como el nacimiento de la línea de investigación del emprendimiento informal, las publicaciones más importantes que se consideraron en la academia, así como las implicaciones del emprendimiento informal en la sociedad y las posibles políticas que podrían desarrollarse para el incremento del emprendimiento formal.

En el capítulo 3, utilizando la teoría del comportamiento planeado, se plantean tres hipótesis: hipótesis 1, si la actitud del individuo influye directamente con la

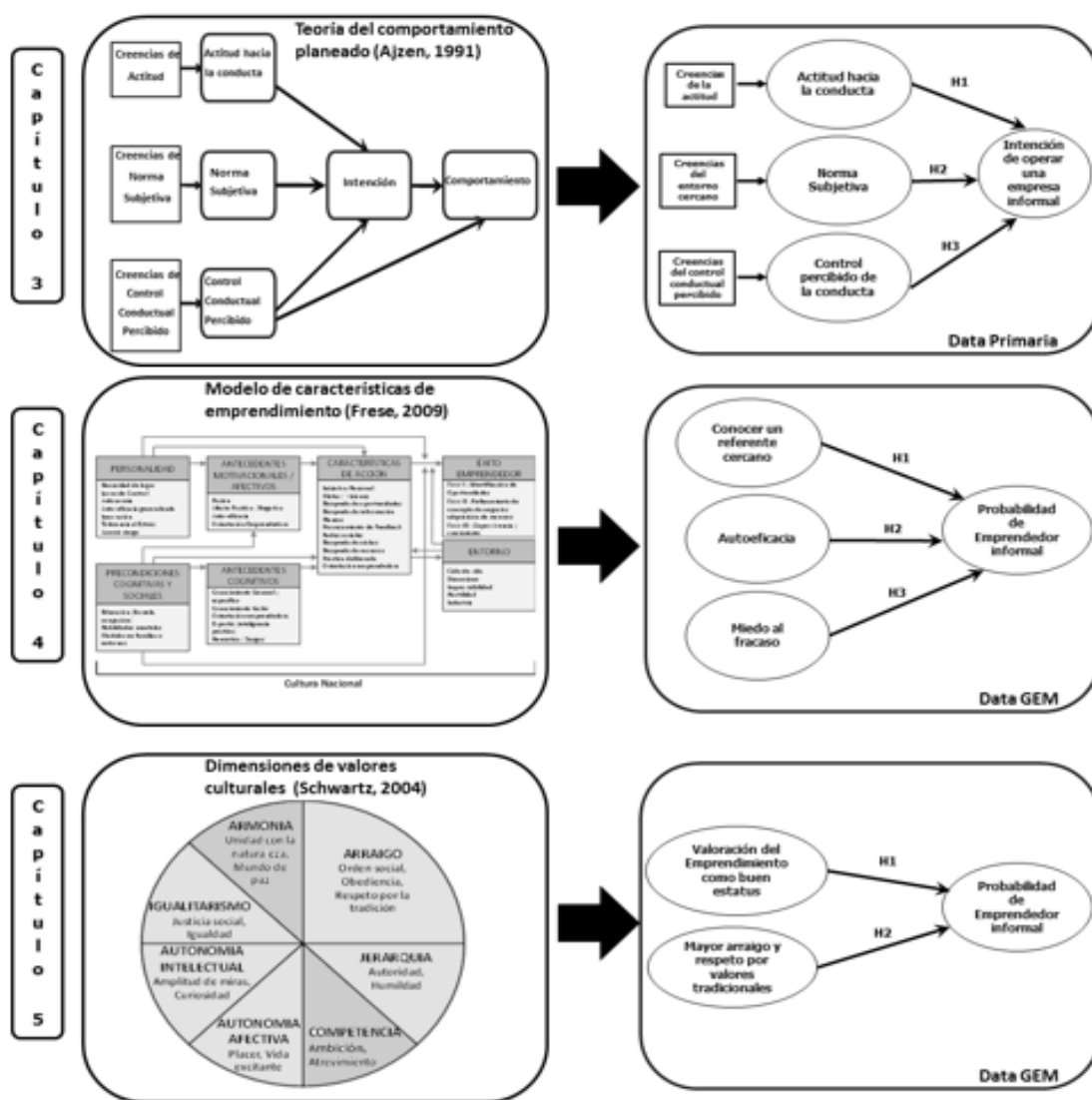
intención de emprender un negocio informal; hipótesis 2, si la norma subjetiva, la cual se refiere al entorno cercano del individuo, influye directamente con la intención de emprender informalmente; la hipótesis 3, si la percepción de control de la conducta, influye directamente de emprender informalmente. Dado que el análisis empírico se efectúa mediante sistema de ecuaciones estructurales (*SEM*), se analizan la relevancia de cada ítem en cada uno de los constructos.

En el capítulo 4, utilizando como marco teórico principal el modelo de las características del emprendimiento (Frese, 2009), se considera la evaluación de las influencias del referente cercano o modelo de rol, la autoeficacia y el miedo al fracaso, para lo cual se plantean tres hipótesis: hipótesis 1, si el modelo de rol incrementa las probabilidades de ser emprendedor informal en las personas más jóvenes; hipótesis 2, si la autoeficacia aumenta las probabilidades de ser emprendedor informal; hipótesis 3, si a menor miedo al fracaso aumenta las probabilidades de ser emprendedor informal. Si bien estas tres hipótesis antes mencionadas se evalúan empíricamente con los datos del GEM, dichas hipótesis se establecen en el contexto del país en evaluación, en el cual existen altos niveles de informalidad.

Capítulo 5, utilizando como marco teórico principal las dimensiones de los valores culturales de Schwartz (1999, 2004), se consideran las influencias de las percepciones socio-culturales y la dimensión de arraigo - tradición en el emprendimiento informal, para lo cual se plantean dos hipótesis: hipótesis 1, si la valoración del emprendimiento como buen estatus incrementa las probabilidades de ser emprendedores informales; hipótesis 2, si mayor arraigo y respeto por los valores tradicionales aumenta las probabilidades de ser emprendedor informal. Al igual que en el capítulo anterior, las hipótesis se establecen en el contexto del país, en el cual existen altos niveles de informalidad.

Los tres capítulos de estudios empíricos, se estructuran de la misma forma, presentando la introducción, la revisión de literatura, el planteamiento de hipótesis, el análisis empírico, los resultados, discusión y conclusión.

Figura 1.1. Estructura de las investigaciones empíricas



Fuente: Elaboración propia

En el capítulo 6, se presentan las conclusiones generales de la tesis. En este último capítulo, se sintetizan los hallazgos más relevantes de la investigación desarrollada. En particular, se ofrecen respuestas al objetivo general de la tesis, así

como a los objetivos específicos. También se incluyen las implicaciones prácticas, implicaciones para las investigaciones futuras y algunas reflexiones finales, con lo cual se pretende contribuir a las posibles soluciones a la problemática del emprendimiento informal y, en especial, al que acontece en el Perú.

Finalmente, se presenta el listado de las referencias bibliográficas utilizadas en toda la tesis.

Capítulo 2.- El emprendimiento informal, orígenes e implicaciones.

2.1. Introducción

En los últimos años, la investigación del emprendimiento se ha comenzado desarrollar respecto del emprendimiento informal, entendido como la puesta en marcha o posesión de un negocio que no se registra o estando registrado, no declara parte o la totalidad de su producción o ventas a las autoridades, con la intención de evadir impuestos, beneficios o derechos laborales cuando debería hacerlo (Ketchen, Ireland y Webb, 2014; Siqueira, Webb y Bruton, 2014; Williams y Martínez-Pérez, 2014). Esta línea de investigación tiene una significativa importancia, pues se asocia con la economía informal, la cual se estima en un 30% del PBI a nivel mundial (Schneider et al., 2010), y a su vez, dos tercios de las empresas en los países en desarrollo, se estiman que no se registran cuando empiezan a operar (Autio y Fu, 2015). Comprender los orígenes del emprendimiento informal y sus implicaciones en la actividad emprendedora, los marcos institucionales en los que se desenvuelven, así como sus implicaciones en la práctica y las políticas de los gobiernos, resulta importante para entender mejor este fenómeno creciente.

Por muchos años, la economía informal en países en desarrollo fue considerada poco importante para los académicos. La creencia generalizada era que tal esfuerzo desaparecería natural e inevitablemente con el progreso económico y la modernización de los países. Sin embargo, en las últimas décadas, el sector informal ha sido reconocido como una característica extensa y persistente del mundo en desarrollo.

En este capítulo, primeramente se hace una breve reseña histórica del origen del sector informal que luego es llamada también economía informal, mostrando una lista de publicaciones referidas a este tema para su mayor comprensión. Luego se describe el emprendimiento informal desde su origen y su relación con los marcos institucionales

formales e informales, así como una referencia a los últimos hallazgos referidos al emprendimiento informal y el registro del negocio. Finalmente se muestran las implicaciones del emprendimiento informal, referidas principalmente a las políticas que deberían de implementarse para su traslado al emprendimiento formal.

2.2. Revisión de literatura

Los orígenes de la economía informal

Hart (1970, 1972, 1973), un antropólogo social, fue la primera persona que llevó el concepto de sector informal en el ámbito de la literatura académica. A partir de entonces, se conoció al sector informal para referirse a la manera de ganarse la vida fuera de la economía formal, ya sea como una alternativa principal o como una complementaria a los ingresos principales. A pesar de los primeros trabajos de Hart, la investigación pionera en el sector informal es un informe de la Oficina Internacional del Trabajo – OIT (1972), sobre el empleo en Kenya. La informalidad en este informe principalmente se caracteriza por la evasión de las regulaciones gubernamentales y los impuestos. Inicialmente, la OIT consideró que la principal razón de la informalidad es la subsistencia de las familias. Consecuentemente, sostuvo que la solución de los problemas del sector informal sólo es posible si las cuestiones como las relaciones de empleo y la desigualdad son resueltas. La creencia generalizada era que tal esfuerzo desaparecería natural e inevitablemente con el desarrollo económico y la modernización (Gërxhani, 2004).

En una revisión de estudios efectuados del sector informal, se establecen los diversos criterios para su clasificación, basándose en tres criterios principales y varios sub-criterios. Los principales criterios según, Harding y Jenkins (1989), son políticos, económicos y sociales. Los sub-criterios mayormente usados son: (1) El mercado de trabajo o la situación de la mano de obra (incluyendo el trabajo no declarado, la falta de

las prestaciones sociales, salarios por debajo del mínimo y las malas condiciones de trabajo). (2) Los ingresos no declarados o la evasión de impuestos. (3) El tamaño del negocio, Sethuraman (1976) consideraba que el empleo de menos de diez personas debe ser considerado parte del sector informal. (4) Los trabajadores por cuenta propia son considerados informales. (5) Registro de una actividad, Swaminathan (1991) definió a las empresas del sector informal como los establecimientos que no están registrados y sin licencia. (6) Distorsiones en la medición de las cuentas nacionales (PBI). (Gërkhani, 2004).

Fortuna y Prates (1989) observaron que en los países en desarrollo, existió un período floreciente de la exportación de artículos manufacturados, con altos niveles de beneficio para los empresarios. Esto promovió un proceso informal, disfrazado por pequeños emprendimientos independientes. Grossman (1982) presentó una interesante recopilación de diversas formas de actividades informales que se utilizaron en la antigua URSS, mostrando que la demanda informal y la oferta de bienes y servicios informales se reforzaban mutuamente y que el intercambio de favores, en términos de acceso a bienes y servicios informales, es característica prominente de los sectores informales (Mukherjee, 2016).

Posteriormente, De Soto (1989) argumentó que las reglamentaciones complicadas impiden que las empresas pequeñas crucen la frontera hacia la formalidad y prosperen, siendo que estos factores de exclusión, contienen un impacto negativo en la productividad y el bienestar. También destaca una segunda perspectiva: el concepto de escape de Hirschman (1970), el cual manifiesta que muchos trabajadores, empresas y familias, realizan análisis implícitos de costo-beneficio acerca de si deben o no cruzar el margen pertinente hacia la formalidad y con frecuencia, deciden no cruzar. Según esta

perspectiva, existe un cuestionamiento de la sociedad a la calidad de los servicios del estado y a su capacidad para hacer cumplir las normas. Estas dos perspectivas que se concentran, respectivamente, en la informalidad generada por la exclusión de los beneficios del estado y en las decisiones voluntarias de escape que resultan de cálculos de costo-beneficio privados, son marcos analíticos complementarios. (Perry et al, 2007).

Feige (1990), diferencia al agente económico formal del informal, indicando que el primero es aquel cuyas acciones están protegidas por las normas institucionales establecidas y por el contrario, cuando sus acciones no cumplan con las normas establecidas, o se les niega su protección, el agente se considera como un miembro de la economía informal. Adicionalmente indica que, dado que hay una variedad de instituciones (diferentes conjuntos de normas), también hay una variedad de sectores informales. Las características de cada economía informal son determinadas por el conjunto particular de reglas institucionales que sus miembros eluden.

Portes (1994) define la economía informal como la producción legal de bienes usando procesos que en su totalidad no son legales. Sobre la definición de Portes, las investigaciones posteriores se centran en las actividades no registradas y el entorno de las regulaciones laborales (Webb et al, 2013).

En la Tabla 2.1. se muestran las publicaciones más relevantes referidas a la economía informal de forma cronológica, precisándose su enfoque o argumentos expuestos.

Tabla 2.1. Publicaciones sobre la economía informal

Autor (es)	Temas tratados
Hart (1970)	Ganarse la vida fuera de la economía formal
Hirschman (1970)	Análisis costo beneficio de ser formal
OIT (1972)	i) Subsistencia de familias ii) Evasión de regulaciones iii) Evasión de impuestos
Sethuraman (1976)	Empleo menos de 10 personas
De Soto (1989)	Reglamentaciones complicadas
Castells y Portes (1989)	Actividades no reguladas
Harding y Jenkins (1989)	i) Trabajo no declarado ii) Falta de prestaciones sociales iii) Salarios debajo del mínimo iv) Malas condiciones del trabajo v) Evasión de impuestos vi) Tamaño de la empresa vii) Trabajo por cuenta propia ix) Registro de una actividad x) Distorsión en las cuentas nacionales
Feige (1990)	Evasión de regulaciones por sectores
Swaminathan(1991)	Informales, no tienen registro o licencia para operar.
North (1993)	Los aprendizajes culturales se transforman en creencias de comportamientos informales
Portes & Schaufler (1993)	Sector informal latinoamericano, planteamiento de soluciones.
Kesteloot & Meert, (1999)	Diferentes categorías de la economía informal y su distribución espacial en el entorno geográfico de Bruselas
Friedman et al, (2000)	Datos macro de 69 países respecto de la relación de la corrupción con la informalidad
Djankov et al (2002)	Datos sobre la reglamentación en la fase de arranque de las empresas en 85 países. Los países con más regulación de entrada tienen corrupción más alta y economías informales más grandes.

Autor (es)	Temas tratados
Schifer et al. (2002)	Reglamentaciones complicadas es mayor en América Latina.
Goldberg y Pavcnik (2003)	Brasil y Colombia, estudio a nivel de país. Búsqueda de evidencia de una relación entre la política comercial y la informalidad. Se encuentra en Colombia, más no en Brasil.
Maloney (2004)	Sector informal latinoamericano, sector micorempresarial no regulado.
Carr and Chen (2004)	Globalización, informalidad, empleo y género. No inclusión en diversos aspectos del trabajo y el empleo son factores importantes de la pobreza y la desigualdad.
Schneider (2005)	Medición del tamaño de la economía informal como porcentaje del PBI en varios países.
Porto (2005)	Caso estudio con la economía informal de Moldavia. Reducción de barreras a exportaciones de informales.
Anjaria, Jonathan Shapiro (2006)	Vendedores ambulantes en Mumbai, India. Comportamiento depredador del estado.
Chen (2007)	Vinculación Informal-formal de la economía. Sugiere vínculos más equitativos entre la economía informal y formal, promovido en un ambiente político y regulatorio adecuado.
Perry et al. (2007)	i) Baja calidad de servicios del estado ii) Capacidad del estado de hacer cumplir las normas iii) Análisis costo - beneficio de ser formal
Williams y Round (2007)	Evaluación de 313 hogares en Rusia, sobre múltiples tipos de empleo informal.
La Porta & Shleifer (2008)	Datos del nivel de las pequeñas empresas del Banco Mundial. El crecimiento viene por la creación de empresas formales altamente productivas.
Akintoye (2008)	Caso de estudio en el sector informal de Nigeria. El sector informal respaldado por el Estado reduce la tasa de desempleo.
Turnovsky y Basher (2009)	La aplicación de la política fiscal en una economía en desarrollo con una presencia informal sustancial, no debería afectar la recaudación tributaria.
Kus (2010)	Estudio a nivel macro a través de un amplio conjunto de países. Contextos diferentes explican más informalidad en unos países que otros.
Ordóñez (2010)	Sector informal y desarrollo económico. Mala asignación de recursos, sólo tributa el grupo más productivo.
Godfrey (2011)	Modelo de Economía Informal, mediante una matriz 2x2 analizó la presencia de economía informal.

Fuente: Gérxanhi (2004); Mukherjee (2016)

El emprendimiento informal

Se considera que los emprendedores son aquellos que aprovechan oportunidades (Shane y Venkataraman, 2000) y la economía informal son aquellas actividades económicas ilegales y que a su vez son considerados legítimos por un determinado grupo social (Webb et al., 2009). Por lo tanto, los emprendedores informales son aquellos que aprovechan estas oportunidades de la economía informal, facilitados por una débil institucionalidad, un efecto motivacional del grupo social del entorno y una disponibilidad de asignación de recursos a su vez informal (Webb et al., 2013). Así mismo, Williams, 2007; Williams y Nadin, 2010 definen como emprendedor informal, a quien tiene participación activa en el inicio de un negocio, como dueño o administrador y que participa en la producción y venta de bienes y servicios de la economía formal, pero cuyos negocios no se encuentran registrados y ocultan al Estado el pago de impuestos con el fin de beneficiarse.

Web y otros (2009), quienes fueron unos de los primeros en relacionar el emprendimiento con la economía informal en la literatura, nos muestra en la Figura 2.1. una matriz en donde se puede apreciar de forma esquemática los sectores de la economía formal, informal y renegada. Las instituciones formales son las que imponen las normas y reglas oficiales y las instituciones informales son las relacionadas a la sociedad o comunidad, en donde se establecen sus normas, valores, creencias y costumbres. Bajo el contexto de estas instituciones informales se habla de legitimidad (o ilegitimidad) social, como aquello que es lo que aprueba (o desaprueba) la sociedad o comunidad. Adicionalmente, en la matriz de la Figura 2.1 se incluye como "medios", a los factores y procesos directamente involucrados en la producción de bienes y servicios (p.e. materias primas, mano de obra, logística de entrada, operaciones, etc.) y como

"fines" a los resultados (p.e. bienes o servicios producidos por la empresa o negocio).

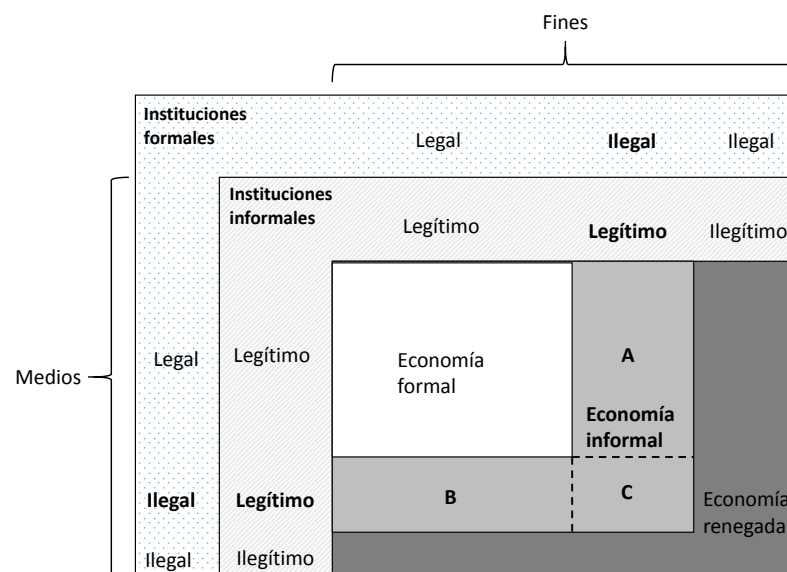
Así tenemos:

La economía formal. Aquí se desarrollan los emprendedores que explotan legal y legítimamente los medios para producir legal y legítimamente los fines para operar.

La economía renegada. Tanto los medios como los fines son ilegales e ilegítimos, es decir, no cuentan con el apoyo legal ni la aceptación social. Aquí se agrupan actividades tales como el tráfico de drogas, los robos, las peleas de perros, etc.

La economía informal. Como se puede apreciar, siempre hace pareja con la ilegalidad y la legitimidad, tanto respecto de medios como de fines. Acá el emprendedor puede utilizar medios ilegales y a su vez legítimos (p.e., trabajadores indocumentados) para generar productos legales y legítimos (p.e. producción agrícola). Las diferentes combinaciones de medios y fines dan lugar a los casos A, B y C. Lo importante del esquema mostrado por Webb y otros (2009), es la gran influencia de las instituciones formales e informales en el emprendimiento en la economía informal o el nacimiento de la denominación "emprendimiento informal".

Figura 2.1. Influencia de las instituciones en el emprendimiento



Fuente: Webb, Tihanyi, Ireland y Sirmon (2009)

Con relación a la figura 2.1, cabe mencionar el caso de negocios que están registrados o autorizados para operar, pero que evaden el pago de impuestos o beneficios a sus trabajadores, siendo considerados por lo mismo, informales. En este caso la ilegalidad no radica en la falta de registro o autorización, sino en la evasión de impuestos o el incumplimiento de beneficios laborales para los trabajadores. Por su parte la legitimidad estará dada por los proveedores y clientes del negocio, que son parte o conocen de la evasión tributaria, y hasta por los propios trabajadores del negocio, que están dispuestos a trabajar sin recibir beneficios laborales, lo que por lo general obedece a una necesidad en países en desarrollo (Williams y Nadin, 2010; Williams, Nadin y Rogers, 2012).

Recientemente, se ha logrado avances significativos en la comprensión e importancia del emprendimiento informal en los países en desarrollo, desde el punto de vista institucional. El emprendimiento informal es visto como un esfuerzo que ocurre fuera de las instituciones formales, pero dentro de las normas, valores y creencias de las instituciones informales (Godfrey, 2011; Webb et al., 2009). Por ejemplo, en muchas economías en desarrollo, los requisitos para obtener un registro se consideran excesivamente costosos debido a las imperfecciones de las instituciones formales, por lo cual su evasión se considera socialmente legítima (De Soto, 1989, Webb et al., 2013). Otro tipo de informalidad vinculado con el registro, es los IPor lo tanto, se ha explicado que el emprendimiento informal en los países en desarrollo es el resultado de las imperfecciones institucionales formales o de la incongruencia entre las instituciones formales e informales. (Williams, Martínez-Pérez y Kedir, 2016).

Webb e Ireland (2015), manifiestan que estas imperfecciones institucionales formales son de cuatro tipos. En primer lugar, existen vacíos institucionales formales, como la falta o mala definición de derechos de propiedad, la falta de servicios públicos básicos y una pobre protección social, que obliga a los ciudadanos a emprender

informalmente por necesidad y como estrategia de supervivencia (Webb et al, 2010). En segundo lugar, existen ineficiencias institucionales formales o asignaciones incorrectas de recursos por parte de instituciones formales (Qian y Strahan, 2007), como es el caso, en que las instituciones formales buscan proteger o maximizar las rentas económicas de los más grandes (Acemoglu y Robinson, 2012), en perjuicio de los más chicos, como son los impuestos relativos excesivamente onerosos, regulaciones y costos de licencias que actúan como barreras de entrada a la formalidad. (De Soto, 1989, Siqueira y otros, 2014, Williams, Shahid y Martínez, 2016). En tercer lugar, existe una incertidumbre institucional formal cuando la tecnología y los cambios socioculturales superan la capacidad de las instituciones formales para adecuarse a estos cambios. En cuarto lugar, hay una debilidad e inestabilidad institucional formal que se manifiesta en una falta de capacidad para reforzar sus políticas en los cambios de sus leyes y reglamentos (Williams y Vorley, 2015; Williams, Martinez-Perez y Kedir, 2016).

La investigación del emprendimiento informal puede enmarcarse en tres teorías distintas: la teoría institucional, la teoría de la motivación desde una perspectiva sociológica y la teoría de la asignación de recursos. Sobre cada una de estas teorías se examinan los incentivos, restricciones, motivaciones, estrategias y habilidades de los emprendedores para operar y hacer crecer sus negocios en la economía informal (Webb et al., 2013). En este sentido, los estudios han llegado a reconocer que al menos algunos emprendedores eligen la informalidad como un medio para explotar una oportunidad atractiva (Neuwirth, 2011; Perry et al., 2007), lo cual se ve reflejado en los emprendedores informales que han desarrollado un considerable tamaño de empresa, facturación y número de empleados (De Castro, Khavul y Bruton, 2014).

El emprendimiento informal, es la creación de nuevas empresas que no están registradas legalmente y que en gran parte no están reguladas; pero están legitimadas

por la sociedad donde se desenvuelven (Nyström, 2008; Webb et al. 2009; Webb et al, 2013). El dinamismo de los emprendedores informales se consideró inicialmente como una solución a la pobreza urbana, sin embargo, esta visión ha cambiado a medida que la informalidad se ha convertido en un desafío para el sector formal (Hart, 2010). Como tal, se han recomendado políticas para facilitar su transición a la economía formal (OIT, 2009). Sin embargo, Hart (2010) ve que en el dinamismo de los mercados no regulados, la gente diseña soluciones de prosperidad o supervivencia, lo que Williams y Nadin (2012) consideran un medio de desarrollo económico aprovechando esta “cultura”.

2.3. Implicaciones del emprendimiento informal

En países en desarrollo, el emprendimiento informal tiene un impacto negativo en la economía formal (Eilat y Zinnes, 2002). Esto se debe esencialmente a la falta de presión competitiva, reduciendo la eficiencia de las empresas. En particular, el impacto negativo se produce porque el emprendimiento informal está asociado al tamaño de la empresa, los precios, la regulación del mercado y la capacidad de innovar y atraer inversión extranjera. En contraste, las autoridades públicas ofrecen una protección limitada de los derechos de propiedad, incrementando el riesgo del empresariado formal. Los emprendedores informales operan a una escala no óptima, compuesta por empresas familiares o simplemente individuos, con una mayor probabilidad de ser víctima de la extorsión y la corrupción. Adicionalmente, una alta tasa de informalidad reduce los ingresos del gobierno y afecta las finanzas públicas, lo que a su vez disminuye la calidad y cantidad de los servicios públicos ofrecidos, así como las políticas redistributivas. Una creciente tasa de emprendimiento informal plantea problemas debido a que los trabajadores y los productores no pagan impuestos. Al disminuir los ingresos fiscales, disminuye la inversión pública, como infraestructura, educación, investigación, seguridad social o sistema judicial. (Enste, 2003). Desde el

punto social, Chong y Gradstein (2007) afirman que el emprendimiento en la economía informal incrementa la falta de confianza en las instituciones formales, alimentando el resentimiento entre los ciudadanos y favoreciendo la corrupción y las actividades ilegales (Dell'Anno, 2016).

Dado que las economías en desarrollo están definidas precisamente porque han subdesarrollado instituciones formales, en las mismas los emprendedores se basan en normas, valores y creencias existentes para facilitar, gobernar y estructurar sus actividades económicas en lugar de depender de leyes y reglamentos formales (London et al., 2014; Mair, Marti, y Ventresca, 2012). Cuando estas instituciones formales e informales no se alinean, como es común en muchos países en desarrollo, el resultado es un emprendimiento informal que, aunque formalmente es ilegal, se considera legítimo (De Castro, Khavul y Bruton, 2014; Siqueira et al., 2014; Webb et al., 2013; Webb, Ireland y Ketchen, 2014). De hecho, cuanto mayor sea el grado de no alineación entre instituciones formales e informales, mayor será el nivel de emprendimiento informal (Williams y Shahid, 2016; Williams, Martínez-Pérez y Kedir, 2016).

Hasta ahora, la respuesta a los impactos de los emprendedores que deciden operar informalmente, ha sido que las empresas que operan bajo un marco institucional informal son menos eficientes y de menor rendimiento que aquellas que operan en entornos institucionales formales (La Porta & Schleifer, 2014). De hecho, los emprendimientos que operan legalmente muestran mayores niveles de ingresos y beneficios, utilizan más trabajadores y usan más capital que sus contrapartes informales (McKenzie y Sakho, 2010). El registro de empresas conduce a un desempeño más alto que si permanecieran sin registrar (Demenet, Razafindrakoto y Roubaud, 2015). Sin embargo, no se había evaluado el efecto cuando las empresas inician no registrándose y se registran más tarde, para evitar el costo del registro durante su fase de arranque, pues

al parecer, esto hace que obtengan un desempeño más alto que los registrados desde el principio.

Williams, Martínez-Perez y Kedir (2016) analizando empíricamente los datos de la encuesta de empresas de 127 países del Banco Mundial, señalaron que las empresas registradas que se iniciaron sin registrar y pasaron más tiempo operando sin registrar, obtuvieron más ventas anuales, empleo y tasas de crecimiento de su productividad en comparación con las empresas que se registraron desde el principio, lo cual trae implicaciones teóricas importantes. Convencionalmente, el registro ha sido visto como una mejora de la legitimidad y la reducción de los pasivos de la inexperiencia (Bitektine, 2011). Este estudio revela que al retrasar el registro, las empresas parecen sentar mejor las bases, tal vez debido a la capacidad de concentrar sus recursos en la superación de otros pasivos de la inexperiencia. Esto incluye el desarrollo interno de rutinas, así como la camaradería, confianza y la cohesión, lo que reduce las ineficiencias, como el desarrollo externo de la aceptación del mercado y vínculos estables con las partes interesadas (proveedores, clientes e inversores), lo que les permite superar a quienes dedican recursos para el registro. Por supuesto, que no se obtendrán ventajas al retrasar el registro, si las redes externas no son relevantes. No obstante, la rentabilidad de estas empresas que retrasan el registro también es resultado de las imperfecciones institucionales formales. Los posibles beneficios del registro podrían incluir el acceso al crédito, los derechos de propiedad, la formación de instituciones formales, pertenencia a asociaciones empresariales, contratos con grandes empresas y la capacidad de volverse más intensivos en capital (Skousen y Mahoney, 2015). Los resultados de este estudio nos llevan a reflexionar sobre la implicación del momento del registro.

Esto tiene implicaciones políticas importantes, teniendo en cuenta que la prevalencia de empresas informales en las economías en desarrollo tiene un impacto nocivo en desarrollo y crecimiento (La Porta y Schleifer, 2014), los gobiernos han fomentado el registro y la formalización. Para lograrlo, el enfoque de política convencional, basado en el modelo de actor económico racional ha consistido en cambiar el costo / beneficio de los costos de operación no registrados y los beneficios del registro. Para abordar las imperfecciones institucionales formales, se requieren dos cambios en los países en desarrollo. En primer lugar, se requerirá de una simplificación y reducción de los costos de registro. En segundo lugar, los beneficios del registro deben ser mejorados, la desconfianza en los gobiernos y el temor a los altos costos recurrentes del registro necesitan ser abordados (Maloney, 2004), junto con la provisión de niveles más altos de protección de los derechos de propiedad (Marcoullier y Young, 1995) y la mejora de la calidad de la gobernanza, la disminución de la corrupción en el sector público y el aumento de la intervención gubernamental, como la protección social, que han demostrado reducir la falta de registro (Autio y Fu, 2015).

Por otra parte, también se requieren mejoras en las instituciones formales en términos de equidad, justicia redistributiva y justicia procesal (Dau y Cuervo-Cazurra, 2014). La equidad aquí se refiere a la medida en que los empresarios creen que están pagando su parte equitativa en comparación con otros; la justicia redistributiva, si reciben los bienes y servicios que sienten que merecen dado los impuestos que pagan (Richardson y Sawyer, 2001) y la justicia procesal en la medida en que crean que la autoridad tributaria los ha tratado de una manera respetuosa, imparcial y responsable (Murphy, 2005).

Además de las mejoras en el ambiente institucional formal, pueden mejorar los resultados, si los gobiernos utilizan campañas publicitarias sobre los beneficios del registro y los costos del no registro, proporcionando información sobre los bienes y servicios públicos que recibirán del registro y la formalización (Saeed y Shah, 2011). La mejora de las instituciones formales y la reducción de las incongruencias institucionales, no deberían ser vistas como un aumento de los costos del no registro, aumentando el riesgo percibido de detección y/o sanciones por falta de registro. De hecho, hay al menos dos maneras de combinarlos. Primero, un enfoque de "regulación sensible" comienza facilitando a los emprendedores que se auto-regulen de una manera consistente con la ley. Esta facilitación del cumplimiento voluntario se sigue, después de la persuasión, a través de la mejora de los beneficios del registro. Un segundo enfoque, de Kirchler, Hoelzl y Wahl (2008) persigue tanto el cumplimiento voluntario como el cumplimiento forzado, desarrollando una mayor confianza en las autoridades. Hasta ahora, sin embargo, no ha habido una evaluación comparativa de la secuencia y/o combinación de medidas que sean los medios más apropiados y/o más efectivos para fomentar el registro en diferentes contextos (Williams, Martínez-Pérez y Kedir, 2016).

A continuación, se muestra un resumen de las recomendaciones efectuadas por Williams (2015), respecto de las políticas que podrían optarse para abordar el emprendimiento informal, mostradas en la Tabla 2.2. y seguidamente las medidas disponibles para que el emprendimiento informal se convierta en emprendimiento formal, mostradas en la Tabla 2.3. Debemos indicar, que estas recomendaciones mostradas en las tablas, se conjugan con los últimos hallazgos empíricos de Williams, Martínez-Pérez y Kedir (2016).

Tabla 2.2. Políticas para abordar el emprendimiento informal

Opciones	Resultados	Implicaciones
No tomar ninguna medida por los gobiernos	No es una opción factible. Los impactos perjudiciales superan cualquier impacto beneficioso del emprendimiento informal. Las intervenciones son necesarias para abordar el emprendimiento informal.	Negativo para los empresarios formales (p.e., competencia desleal) Negativo para los empresarios informales (p.e., incapacidad de acceder al crédito para expandirse) Negativo para los clientes (p.e., no se garantizan las normas de salud y seguridad) Negativo para los gobiernos (p.e., los impuestos adeudados no se cobran).
Mover el emprendimiento formal en la economía informal	No es una opción viable. Hay cada vez más evidencia de que la disminución del nivel de intervención estatal no da lugar a una formalización de los empresarios informales, sino todo lo contrario, mayores niveles de emprendimiento informal (Kus, 2014; Williams, 2013b, 2014a).	El emprendimiento informal surge debido a la excesiva regulación del mercado. (De Soto, 1989).
Erradicar el emprendimiento informal	Es Inaceptable. Destruye el emprendimiento y la cultura empresarial considerando que son generadores de empresas Emprendedores informales son "actores económicos racionales" que evaden el impuesto siempre y cuando el pago sea mayor que el costo esperado de ser capturados y castigados. (Allingham y Sandmo, 1972),	Negativo: Un enfoque penalizador alinea a los empresarios informales, reduciendo su disposición a cumplir y aumentando la informalidad al reducir su creencia en la justicia del sistema
Transformar el emprendimiento informal en emprendimiento formal	Es la opción más viable. Basado en los beneficios para los empresarios informales, clientes, gobierno mejorando los ingresos públicos y enfoque político hacia el aprovechamiento del espíritu emprendedor y cultura empresarial	Positivo: Reduce La competencia desleal con el sector formal *Lograr igual nivel de protección legal *Asegurar derechos de propiedad intelectual *Superar impedimentos estructurales, por ejemplo acceder a créditos para expandirse

Fuente: (Williams, 2015)

Tabla 2.3. Medidas disponibles para transformar el emprendimiento informal en formal

Opciones	Políticas	Aplicación
Controles Directos	Aumentar los costos del Emprendimiento Informal Aumentar los Beneficios del Emprendimiento Formal Cambiar la relación Costo/Beneficio	Uso de medidas disuasivas: Aumento de costos Aumento de sanciones Aumento de riesgo de detención Uso de incentivos Que hacen más fácil emprender y recompensar el comportamiento adecuado ("bueno")
Controles Indirectos	Genera un compromiso de cumplimiento	Engendrar un compromiso voluntario o una conducta conforme, en lugar de obligar a los empresarios a cumplir con amenazas, hostigamiento y / o sobornos (Kirchler, 2007; Torgler, 2011).
	Mayor Autorregulación	Mejorar el conocimiento fiscal mediante campañas de concienciación sobre los costos de la iniciativa empresarial informal y los beneficios del trabajo empresarial formal, y apelaciones normativas
	Reducir la asimetría en normas, valores, y creencias (Instituciones informales) de las leyes y reglamentos (instituciones formales)	Informar de costos y riesgos de operar en el sector informal

Fuente: (Williams, 2015)

Capítulo 3.- Entendiendo las intenciones de los emprendedores informales en Perú

3.1. Introducción

El emprendimiento informal es un fenómeno creciente, especialmente en el mundo en desarrollo (Light, 2013), donde el tamaño del sector informal de una economía en desarrollo puede ser significativo en relación con su PBI (Gërxhani, 2004). En América Latina la economía informal es cercana al 41.1 por ciento de la producción nacional y en Perú se estima que es aproximadamente el 58 por ciento (Schneider et al., 2010). El tamaño aparente y la importancia de la economía informal condujeron inicialmente a estudios centrados en su naturaleza marginal, con el tiempo los estudios están considerando su dependencia más amplia en la dinámica social y económica de un país (Gërxhani, 2004).

En general, los factores determinantes de la economía informal tienden a estar relacionados con los contextos económicos (Loayza, 2008) y el régimen regulador del estado (De Soto, 1989; Portes y Haller, 2004), mientras que las normas sociales, culturales e institucionales de una sociedad se han asociado con tasas de informalidad (Friedman et al., 2000; Thai y Turkina, 2013). También se considera que la economía informal tiene efectos nefastos en el desempeño económico de un país, manteniendo bajos niveles de productividad y debilitando el crecimiento de los negocios formales (Farrell, 2004).

Con una creciente atención en la economía informal viene un interés consecuente en el emprendimiento informal (Williams, 2013a). Un emprendedor, alguien que participa activamente en el inicio de una empresa o como propietario o gerente de un negocio, puede ser definido como informal si está involucrado en transacciones monetarias que no se declaran al estado con fines tributarios pero todos los demás aspectos son legales (Williams, Nadin y Rogers, 2012), distinguiendo al

emprendedor informal de la intención antisocial de la criminalidad y la inaceptabilidad social (Webb et al., 2013).

Aunque hay cierto conocimiento de las características de los emprendedores informales (Williams y Nadin, 2010), se ha dedicado poca investigación a factores o motivaciones individuales (Webb et al., 2013) y su intención emprendedora (Liñán y Fayolle, 2015). Este tipo de datos es importante, junto con la información contextual, puede utilizarse para desarrollar políticas que aborden los niveles de informalidad (Smallbone, Welter y Ateljevic, 2014; Williams, 2013a; Powell, 2013). Esto es particularmente relevante con respecto a la influencia que tienen las instituciones con la intención emprendedora (Fayolle y Liñán, 2014; Liñán y Fayolle, 2015) y la forma en que estas instituciones pueden influir en los niveles de informalidad. Así, este trabajo pretende contribuir a la literatura prestando más atención a la intención emprendedora en el contexto del emprendedor informal.

Dado que emprendimiento informal es un subconjunto del emprendimiento, debe compartir algunos de los mismos determinantes y antecedentes (Thai y Turkina, 2013). En consecuencia, se deduce que los métodos y marcos utilizados para estudiar la intención emprendedora serán apropiados para examinar la creación de empresas o nuevos negocios por emprendedores informales. Bird (1998, 1992) consideró la creación de empresas como un resultado de las intenciones. Los modelos basados en la intención incluyen la teoría del comportamiento planeado (Ajzen, 1985), que se ha convertido en un modelo predominante para especificar la intención emprendedora (Fayolle y Liñán, 2014), también ha sido ampliamente utilizado para investigar las actitudes y creencias subyacentes a la intención emprendedora (por ejemplo, Autio et al., 2001, Kolvereid, 1996; Krueger, Reilly, y Carsrud, 2000; Serida y Morales, 2011; Van Gelderen et al. 2008). Asimismo, la teoría del comportamiento planeado también se

ha utilizado para investigar conductas indeseables (por ejemplo, Beck y Ajzen, 1991, Burak y Vian, 2007). Su modelo simple y la capacidad de construir un cuestionario estructurado de manera discreta y simple, lo convierten en una buena opción para obtener información de los emprendedores (Ram, Edwards y Jones, 2007), y en este caso en un tema tan sensible como el emprendimiento informal.

Este estudio ha sido diseñado para identificar los factores que contribuyen a las intenciones de un individuo para operar un negocio informal de venta de cilindros de gas doméstico en la ciudad de Lima - Perú, utilizando el modelo de la teoría del comportamiento planeado, se evalúa empíricamente una muestra de una población compuesta enteramente de emprendedores informales.

En la sección dos, se realiza una revisión de la literatura del sector informal y se sitúa el emprendimiento informal en el contexto del Perú. En la sección tres, se detalla el uso de la teoría del comportamiento planeado con respecto a la intención emprendedora, el modelo propuesto y las hipótesis a probar. La sección cuatro describe las pruebas empíricas y la sección cinco presenta los resultados de las pruebas estadísticas utilizadas para el análisis de los datos. El documento se cierra con una breve discusión de los resultados y las implicaciones para la práctica y la investigación futura como conclusión.

3.2. Revisión de literatura

El emprendimiento informal

Hart (1970, 1972, 1973) fue el primer autor que introdujo el concepto de sector informal en la literatura académica a través de sus estudios sobre empleo e ingresos en los países africanos. La informalidad económica se caracterizó inicialmente por empresarios informales -individuos y sus negocios- que evitaban las regulaciones y los

impuestos gubernamentales, impulsados por una inflación alta, salarios inadecuados y excedentes de oferta de mano de obra. A partir de esta caracterización temprana, el emprendimiento informal se convirtió en sinónimo de economías y grupos de bajos ingresos, aunque estudios recientes han revelado su importancia tanto en la transición como en las economías desarrolladas (Williams y Nadin, 2010; Williams, 2013a).

Por otro lado, se considera que los emprendedores son aquellos que aprovechan oportunidades (Shane y Venkataraman, 2000) y la economía informal son aquellas actividades económicas ilegales y que a su vez son considerados legítimos por un determinado grupo social (Webb et al., 2009). Por lo tanto, los emprendedores informales son aquellos que aprovechan estas oportunidades de la economía informal, facilitados por una débil institucionalidad, un efecto motivacional del grupo social del entorno y una disponibilidad de asignación de recursos a su vez informal (Webb et al., 2013). Así mismo, (Williams, 2007; Williams y Nadin, 2010) definen al emprendedor informal, a la participación activa en el inicio de un negocio, como dueño o administrador y que participa en la producción y venta de bienes y servicios de la economía formal, sus negocios no se encuentran registrados y ocultan al Estado el pago de impuestos con el fin de beneficiarse.

La economía informal se compone de actividades económicas que se producen fuera de los límites de la institucionalidad formal, pero permanecen dentro de las fronteras institucionales informales para grandes segmentos de la sociedad. La investigación del emprendimiento en la economía informal puede enmarcarse en tres teorías distintas: la teoría institucional, la teoría de la motivación desde una perspectiva sociológica y la teoría de la asignación de recursos. Sobre cada una de estas teorías se examinan los incentivos, restricciones, motivaciones, estrategias y habilidades de los

emprendedores para operar y hacer crecer sus negocios en la economía informal (Webb, Bruton, Tihanyi y Ireland, 2013).

La investigación existente sobre la informalidad ha progresado en dos corrientes principales: la primera es la referida al efecto de las políticas institucionales sobre la economía informal (es decir, las leyes laborales, los reglamentos a cumplir y las políticas de liberalización del mercado), específicamente, cómo las políticas crean costos indebidos (De Soto, 1989), infringen los derechos de los individuos (Portes y Haller, 2004), incentivando las actividades informales. La segunda corriente examina las motivaciones de los individuos que son la base la informalidad (Siqueira, Webb y Bruton, 2014).

El emprendimiento en la economía informal recientemente se ha comenzado a explorar (Bruton, Ireland y Ketchen, 2012; Thai y Turkina, 2013; Ketchen, Ireland y Webb, 2014). El resultado es que los estudiosos han tendido a ver la informalidad como una decisión que los emprendedores se ven obligados por falta de oportunidades de empleo de la economía formal (Perry et al. 2007) o se deriva de la percepción de desconfianza o la falta de equidad en cómo los responsables de la política institucional asignan los ingresos fiscales para hacer frente a las necesidades sociales (Maloney, 2004; Rosser, Rosser y Ahmed, 2000). En este sentido, los estudiosos han llegado a reconocer que al menos algunos emprendedores eligen la informalidad como un medio para explotar una oportunidad atractiva (Neuwirth, 2011; Perry et al., 2007), lo cual se ve reflejado en los emprendedores informales que han desarrollado un considerable tamaño de empresa, facturación y número de empleados (De Castro, Khavul y Bruton, 2014).

Muchos trabajadores informales son trabajadores por cuenta propia, que operan pequeñas empresas (Adom y Williams, 2012) y como tales, tienen un acceso limitado al

crédito, sus derechos de propiedad son débiles y con capacidades reducidas para cumplir contratos (Ferreira-Tiryaki, 2008). Por lo tanto, el emprendimiento informal no se puede atribuir a una sola causa con una solución sencilla, sino más bien compleja (Light, 2013), que parece ser el producto de una serie de variables y contextos (Williams, 2013a). Entre las soluciones que se han ofrecido incluyen una gama de ajustes y políticas institucionales, considerando elementos de disuasión, sanciones y una mejor detección, introduciendo a su vez facilitadores de formalización, alentando el movimiento de la formalidad y mejorando la moral fiscal (Schneider y Williams, 2013).

Estas intervenciones tienen que ser aplicadas por las instituciones sociales y económicas de un país. Las estructuras institucionales sociales se desarrollan a partir de estructuras de creencias de una sociedad y actúan como codificadores de reglas de comportamiento tanto formales como informales (North, 1994). Como tal, los emprendedores informales tienden a ser aquellos que no se adhieren a las normas institucionales formales o legales, pero poseen legitimidad a los ojos de sus propietarios y sus clientes, es decir, la sociedad (Webb et al. 2009). Así el emprendimiento informal se incrusta en el marco económico del país y se mantiene ausente de cualquier tipo de reglamentación formal que debe cumplir (Ram, Edwards y Jones, 2007). En respuesta a esta naturaleza multifacética del emprendimiento informal (Light, 2013), la alineación de la política con el contexto del emprendimiento informal es particularmente relevante con el comportamiento del emprendedor (Zahra, Wright y Abdelgawad, 2014).

El emprendimiento puede ser formal e informal; el emprendimiento formal es la creación de nuevas empresas que están registradas legalmente en un país determinado. Se define como “las actividades de un individuo o un grupo destinado a iniciar actividades económicas en el sector formal bajo una forma jurídica de empresa” (Klapper et al., 2007). El emprendimiento informal, es la creación de nuevas empresas

que no están registradas legalmente y que en gran parte no están reguladas; pero son legales en demás aspectos (Nyström, 2008; Webb et al. 2009).

El dinamismo de los emprendedores informales se consideró inicialmente como una solución a la pobreza urbana, sin embargo, esta visión ha cambiado a medida que la informalidad se ha convertido en un desafío para el sector privado (Hart, 2010). Como tal, se han recomendado políticas para alentar y facilitar la transición del emprendedor informal a la economía formal (OIT, 2009). Esta posición se sustenta en que las empresas informales son un paso hacia la integración económica general (Bennett, 2010) o son una estrategia de crecimiento empresarial antes de que comience el proceso de formalización (Williams, 2013a). Sin embargo, Hart (2010) ve que el dinamismo de los mercados no regulados en las ciudades de rápido crecimiento responde a los ambientes caóticos, donde la gente diseña soluciones de prosperidad o supervivencia, los que Williams y Nadin (2012) consideran un medio de desarrollo económico aprovechando esta “cultura”.

No es sorprendente, por lo tanto, que se hayan hecho llamamientos para encontrar soluciones únicas para abordar las condiciones particulares de la informalidad que se encuentran en América Latina (Powell, 2013), considerando que se han encontrado amplios determinantes de la informalidad, con un patrón de obstáculos de formalización mucho más pronunciado que muchas otras economías en desarrollo (Schiffer y Weder, 2002).

El contexto Peruano

Como una economía de América Latina, Perú presenta muchos de los determinantes económicos e institucionales de la informalidad de la literatura. En particular, los bajos niveles de educación del Perú, el rápido cambio demográfico y las

estructuras industriales extractivas proporcionan los ingredientes para una economía con un alto grado de informalidad (Loayza, 2008). Loayza (2008) indica que las instituciones formales peruanas ofrecen un marco legal excesivamente complejo, una mala calidad de los servicios gubernamentales y una débil presencia estatal. Sus instituciones formales se caracterizan por los bajos niveles de confianza interpersonal de la sociedad (Díez Medrano, 2014) sustentados por valores culturales colectivos (Hofstede, 1980). El colectivismo en este contexto es la disposición de un individuo a identificarse con un "grupo" social, con el que tienen una fuerte afinidad y al que subordinan sus metas personales (Hofstede, 2001). Las culturas colectivas muestran una alta confianza dentro de los grupos, mientras que la baja confianza se expresa a los que están fuera (Huff y Kelley, 2003). En lo que respecta a la propiedad de la empresa, en Perú dominan las empresas familiares (PwC Perú, 2013), con gran parte de la mano de obra peruana dedicada a pequeñas empresas y el 64 por ciento de la mano de obra de Lima trabajando en empresas con menos de diez personas (INEI, 2013).

El estudio del caso de Bird (2013) sobre la informalidad en el Perú ilustra aún más la cultura del emprendedor informal en el país y proporciona una idea de algunos de los factores que impulsan el desarrollo informal. El Perú de los años 90 se presenta con muchos emprendedores informales en la clandestinidad en un intento de evitar pagos de soborno para operar, mientras toman ventaja del débil esfuerzo del Estado, para comercializar sin respeto a los derechos de propiedad y un limitado cumplimiento de las reglamentaciones. El caso destaca la gama de facilitadores de formalización que se establecieron, tales como el registro de propiedad en un intento de permitir el acceso al crédito garantizado, la expansión de las instituciones de microcrédito y un programa de reforma regulatoria del registro de negocios. Estas iniciativas llevaron a una reducción de los impuestos, la simplificación de documentos y la introducción de

registros de negocios de un solo día. Sin embargo, tal como lo indican Webb, Bruton, Tihanyi e Ireland (2013), estos tipos de reformas institucionales de ritmo rápido pueden no producir los resultados deseados de reducir el emprendimiento informal, sino un círculo vicioso de continuidad informal. Esto es lo que ocurrió en este caso. Las empresas informales existentes se vieron presionadas, incapaces de crecer debido a un mayor número de competidores, con un mercado cada vez más grande, llegando a saturarse, llevando a una rentabilidad subóptima. Además, el "impulso de la independencia" del peruano (Bird, 2013) y el predominio de los salarios de subsistencia, llevaron al personal calificado a abandonar sus empleos para crear más negocios informales. En este entorno, las nuevas empresas muestran un mayor oportunismo y comportamientos de evasión, afectando negativamente las relaciones contractuales. Los emprendedores informales, afrontaron esto utilizando los mecanismos sociales de reputación y confianza personal para señalar sus compromisos contractuales.

Sin embargo, los cambios han tenido poco efecto en las tasas globales de emprendimiento informal de Perú (Bird, 2013), por lo que se continúa exhibiendo las complicaciones de una economía propensa a altos índices de emprendimiento informal. Es su particular historia y cultura que reduce los actos de confianza para mejorar la informalidad. La actitud de los peruanos, caracterizada por la mentalidad de "evitar las prácticas contractuales, legalistas y burocráticas" (Ram, Edwards y Jones, 2007, p.322) parece ser un moderador de las soluciones institucionales y de regulación establecidas. Es posible tener la sensación de que quizás las instituciones informales, o la cultura del Perú están trabajando en contra de las iniciativas de formalización del gobierno.

La Teoría del Comportamiento Planeado (TCP)

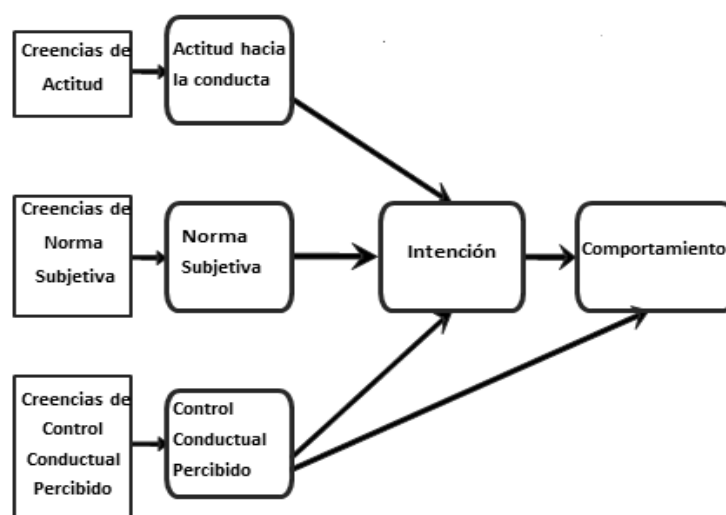
Desde Wicker (1969), en donde concluye en su investigación, que las actitudes generales probablemente no predicen el comportamiento específico, los psicólogos sociales han buscado mejorar el poder de predicción de las actitudes. Los estudios al interior de esta área ha sido el de desarrollar modelos de comportamiento. Los más ampliamente investigados son: La Teoría de la Acción Razonada (TAR) (Ajzen y Fishbein, 1975; Fishbein y Ajzen, 1981) y la Teoría del Comportamiento Planeado (TCP) (Ajzen, 1985,1991). La teoría del comportamiento planeado no es más que la ampliación de la teoría de la acción razonada, incluyendo las creencias de control y el control conductual percibido (Armitage y Conner, 2001).

Desde la psicología social, la TCP contribuye a la comprensión del comportamiento empresarial a través de su supuesto subyacente de que la intención predice el comportamiento (Kautonen, Van Gelderen y Tornikoski, 2013). En la Figura 3.1. se muestra el modelo de la teoría del comportamiento planeado.

La TCP usa los constructos de actitud, creencias sociales y sentimientos de estar en control para elaborar la hipótesis de que el desempeño de un comportamiento particular es una función de la intención de realizar tal comportamiento (Ajzen, 1985). El constructo Intención resume los factores motivacionales que influyen en las acciones del comportamiento (Ajzen, 1991). La intención, a su vez, está determinada por tres constructos adicionales: Actitud, Norma Subjetiva y Control Conductual Percibido (CCP). La actitud se conceptualiza como una evaluación positiva o negativa de las personas para llevar a cabo sus comportamientos. La Norma Subjetiva se refiere a la presión que las personas perciben de personas allegadas para realizar o no realizar el comportamiento (Ajzen, 1991). El tercer constructo y predictor de las intenciones de comportamiento, CCP, representa la facilidad o dificultad para realizar un

comportamiento y su influencia tanto en la intención como en el comportamiento (Armitage y Conner, 1999). En efecto, el CCP refleja el grado de control que una persona cree que tiene (Rivis, Sheeran, y Armitage, 2009). Dos meta-análisis han apoyado el argumento de que las intenciones son fuertes indicadores del comportamiento (Armitage y Conner, 2001; Manning, 2009). Se ha encontrado que la especificación teórica de la TCP es lo suficientemente detallada y coherente para identificar la intención emprendedora y a su vez, se ha encontrado un modelo suficientemente robusto como para apoyar su uso en el contexto del comportamiento del emprendimiento (Kautonen, Van Gelderen y Fink, 2013).

Figura 3.1. Modelo de la teoría del comportamiento planeado



Fuente: Ajzen (1991)

3.3. Hipótesis

Mientras que hay una creciente investigación sobre las motivaciones y los impulsores del emprendimiento informal (Williams y Nadin, 2010; Williams, Nadin y Rogers, 2012; Pisani y Pagan, 2004; Webb et al. 2009), y el uso sustancial de TCP para la intención emprendedora (Kautonen, Van Gelderen y Tornikoski, 2013, Van Gelderen, et al., 2008), no se ha podido localizar ningún estudio de la TCP que use exclusivamente

emprendedores informales. Este estudio, por lo tanto, ha tomado la iniciativa del actual emprendimiento informal y parte de literatura relacionada con conductas indeseables para desarrollar el modelo de investigación.

3.3.1.- La actitud personal influye en la intención de operar una empresa informal

Dentro de la clasificación de la informalidad, los trabajadores que optan por crear su propio trabajo se consideran trabajadores autónomos (Harding y Jenkins, 1989) y pueden optar por operar informalmente, posiblemente como una alternativa a un empleo mal pagado o muy explotado, después de sopesar los riesgos de detección y sanción (Perry, et al., 2007; Gërxhani, 2004; Cross, 1997; Bird, 2013). Bird (2013) sugiere que los emprendedores peruanos están motivados a operar su propio negocio a través de un impulso hacia la independencia, al tiempo que ganan un sentido de orgullo personal. Adicionalmente, se han encontrado investigaciones empíricas usando la TCP, donde se han indicado que las actitudes son antecedentes importantes de la intención de emprender actividades ilícitas, tales como vender películas pirateadas y pagar sobornos (Morton y Koufteros, 2008; Burak y Vian, 2007). La TCP propone que la Actitud representa “el grado con el cual las personas tienen una evaluación favorable o desfavorable de la intención y posterior comportamiento en cuestión” (Ajzen, 1991). En una economía con altos niveles de informalidad, creemos que el individuo obtiene una evaluación más favorable del emprendimiento informal, debido a su menor costo/beneficio respecto de ser formal, relacionados con los aspectos regulatorios, servicios recibidos y comportamiento de la sociedad. Por lo cual se siente decidido, esto nos conduce a la primera hipótesis:

H1: La actitud decisiva del individuo, influye positivamente en la intención de operar una empresa informal.

3.3.2.- El entorno más cercano influye en la intención de operar una empresa informal

En las economías de subsistencia, la influencia de las redes sociales es importante, especialmente a través de los lazos familiares o de las personas del mismo hogar, donde se concentra un nivel alto de confianza y apoyo que ayudará a mantener una mayor participación en el desarrollo o la operación del emprendimiento (Aliaga Linares, 2002). Los emprendedores peruanos son sensibles a las señales sociales y al estatus social, motivados por la atribución social que un emprendedor independiente provee (Bird, 2013). Este sentido de logro se refleja tanto en el individuo como en su grupo en una sociedad colectivista como el Perú, donde la norma social es probable que sea importante para un individuo como parte de su toma de decisiones (Dawkins et al., 2014). De acuerdo con el enfoque de la TCP, estos valores sociales dominantes afectarían la intención, en el sentido de que este grupo de apoyo ayudaría a legitimar socialmente la propiedad y el funcionamiento de una empresa (Liñán y Chen, 2009; Thai y Turkina, 2013). En una economía con altos niveles de informalidad, creemos que las normas, creencias y expectativas del entorno más cercano de los emprendedores informales, ejercerán una influencia positiva en sus intenciones de emprender de manera informal. Esto nos conduce a la segunda hipótesis:

H2: Los referentes cercanos, influyen positivamente en la intención del individuo en operar una empresa informal.

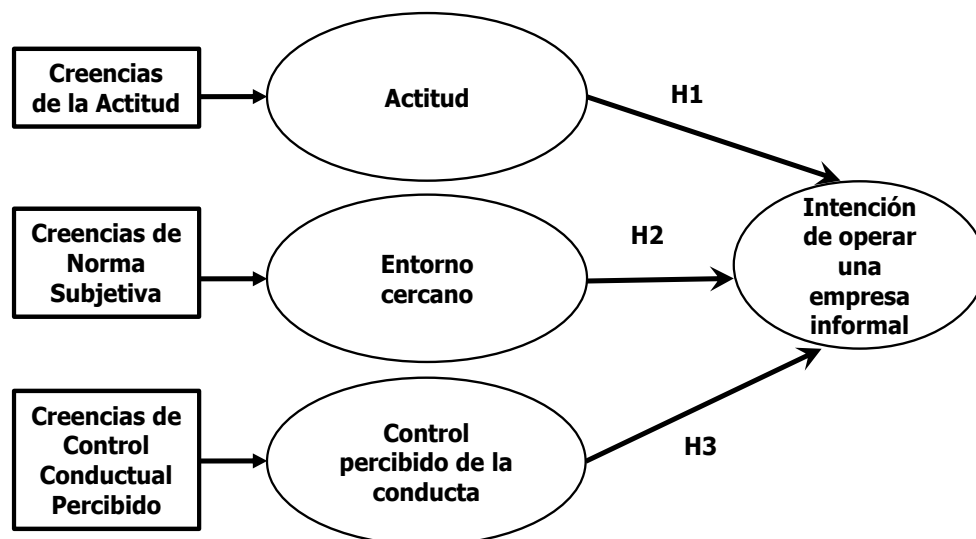
3.3.3 La percepción del control de la conducta influye en la intención de operar una empresa informal

En el Perú existen altos niveles de informalidad, porque hay poca presencia del estado y es incapaz de hacer cumplir sus reglas. (Loayza, 2008). Las regulaciones complicadas se consideran una barrera al crecimiento del negocio que evita que las pequeñas empresas entren a la formalidad (De Soto, 1989). Estos obstáculos para la

formalidad económica, que incluyen la burocracia, la corrupción y los ambientes legales débiles, incrementan la informalidad (Friedman, et al, 2000) y son mucho más pronunciados en América Latina (Schiffer y Weder, 2002). La dificultad para acceder al crédito es otro de los inconvenientes de los pequeños empresarios (Bird, 2013). El control conductual percibido refleja el grado de control que un individuo cree poseer, para tener la intención y realizar un comportamiento (Rivis, Sheeran y Armitage, 2009). Bajo este concepto, consideramos que representan los desafíos para los emprendedores peruanos en mantener la intención de operar su empresa informalmente. Esto nos lleva a la tercera hipótesis:

H3: La percepción de tener la conducta bajo control, influye positivamente en la intención del individuo en operar una empresa informal.

Figura N° 3.2. Modelo de investigación del estudio.



3.4. Análisis empírico

3.4.1.- Muestra

La población de este estudio son los pequeños vendedores informales de cilindros de GLP recargables de uso doméstico. En reconocimiento al peligro público y control de la venta de combustibles, la venta de hidrocarburos en Perú se regula a través de un Registro de Hidrocarburos, lo cual autoriza a operar, tanto a los proveedores mayoristas como los pequeños locales, que distribuyen a los domicilios. En el Perú, existe una gran cantidad de pequeños locales informales que operan en todas las ciudades, vendiendo y entregando cilindros de gas directamente a los hogares. Estos pequeños locales informales se abastecen de los cilindros de gas recargables de los proveedores mayoristas autorizados. Para cuantificar el nivel de ventas informales, el Ministerio de Energía y Minas del Perú, determinó bajo una reglamentación, que los proveedores autorizados proporcionasen información de las redes de ventas informales con la intención de lograr formalizarlos, bajo este marco normativo se dio lugar, a un registro temporal de vendedores de gas informales, el cual tuvo una vigencia para su registro, entre los años 2007 y 2008, mientras se establecía el mecanismo de formalización. Sólo en la provincia de Lima, el registro temporal llegó a un total de 11 885 locales de venta informal de cilindros de GLP de uso doméstico, en los 43 distritos que lo comprendían.

El tamaño de la muestra se calculó asumiendo el número en el registro de 11 885, con un error de muestreo de 0.07 y un nivel de confianza del 95%, proporcionando una muestra requerida de 193 encuestados (Weiers, 2005). Se visitaron cerca de 300 pequeños vendedores informales, de los cuales se obtuvieron 202 cuestionarios completos a través de 10 de los distritos de la provincia de Lima. La Tabla 3.1. proporciona detalles sobre las poblaciones de cada distrito y el número de encuestados.

Debe precisarse, que previo al levantamiento de información de campo con las encuestas, para dar soporte al instrumento utilizado, se efectuó un piloto con una pequeña muestra de vendedores informales, la misma que más adelante se detalla en los cometarios de la elaboración del instrumento.

Tabla 3.1. Detalles de la muestra de encuestados

Área	Encuestados	Distritos	Población distrital ^a	Población total
Norte	76	Carabayllo	213,386	1,018,503
		Comas	486,977	
		Los Olivos	318,140	
Este	77	San Juan de Lurigancho	898,443	1,074,612
		Rimac	176,169	
Sur - Central	49	La Victoria	192,724	858,581
		Surquillo	89,283	
		Surco	289,597	
		Chorrillos	286,977	
Total	202		2, 951, 696	2, 951, 696

a: Fuente: Instituto Nacional de Estadística - Perú

3.4.2.- Variables

Variable dependiente

La intención fue operacionalizada en términos de la medición de tres ítems que se basan en preguntas sobre comportamientos indeseables o ilícitos (Morton y Koufteros 2008) y fueron diseñados para medir la intención del entrevistado de comportarse en el tiempo.

A continuación se detallan los ítems considerados en esta variable:

Ítem 2.1.- ¿Usted tiene la intención de ser informal permanentemente? (más probable/poco probable).

Ítem 2.2.- ¿Espera ser informal por mucho tiempo? (de acuerdo/ en desacuerdo).

Ítem 2.3.- ¿Harás todo lo posible para seguir siendo informal? (más probable/poco probable).

Variables independientes

Actitud. Fue puesta en práctica en términos de una medición de seis ítems, que se basaron en las creencias del grupo de emprendedores informales que se habían encontrado en el estudio piloto. Estos tomaron en cuenta la construcción de cuestionarios de intenciones emprendedoras para la actitud (Liñan y Chen, 2009), dirigiéndose a la visión del entrevistado de las ventajas y desventajas de ser un emprendedor informal.

A continuación se detallan los ítems considerados en esta variable:

Ítem 3.1.- ¿Ser informal es más ventajoso que ser formal? (de acuerdo / en desacuerdo).

Ítem 3.2.- ¿Así tuviera la oportunidad y recursos usted seguiría siendo informal? (muy probable / poco probable).

Ítem 3.3.- ¿Así le clausuren el local, seguiría siendo informal? (muy probable / poco probable).

Ítem 3.4.- ¿Para usted, ser informal es: (beneficioso / perjudicial)?

Ítem 3.5.- ¿Para usted, ser informal es: (bueno / malo)?

Ítem 3.6.- ¿Para usted, ser informal: (tiene valor / sin valor)?

Norma Subjetiva. Fue operacionalizada en términos de la medición de cuatro ítems dirigidos a evaluar la aprobación y el acuerdo de la familia, amigos y otros miembros de la comunidad para que el entrevistado sea un emprendedor informal.

A continuación se detallan los ítems considerados en esta variable:

Ítem 4.1.- ¿Su familia que vive con usted, piensa que: (debería /no debería) ser informal?

Ítem 4.2.- ¿Su familia que no vive con usted, están (de acuerdo / en desacuerdo) que usted sea informal?

Ítem 4.3.- ¿Sus amistades cercanas, están de acuerdo con que usted sea informal (verdadero / falso)?

Ítem 4.4.- ¿Varias personas como usted son informales? (muy probable / poco probable).

Control conductual percibido. Fue operacionalizada en términos de una medición de seis ítems basados en las causas o facilitadores de la informalidad extraídos de la literatura (De Soto, 1989, Loayza, 2008, Portes y Haller, 2004, Schiffer y Weder, 2002). Los elementos basados en la creencia en la capacidad de elegir, continuar y reunir el apoyo y los recursos necesarios para iniciar o continuar una empresa informal fueron direccionados a si el entrevistado tenía un nivel adecuado de control de su empresa informal.

A continuación se detallan los ítems considerados en esta variable:

Ítem 5.1.- ¿De usted depende ser informal o no? (de acuerdo / en desacuerdo).

Ítem 5.2.- ¿Los trámites que tiene que hacer le impiden formalizarse? (de acuerdo / en desacuerdo).

Ítem 5.3.- ¿La competencia con otros informales lo desanima a formalizarse? (verdadero / falso).

Ítem 5.4.- ¿Por sus bajos recursos, es usted informal? (verdadero / falso).

Ítem 5.5.- ¿Sus vecinos apoyan su negocio informal? (muy probable / poco probable).

Ítem 5.6.- ¿Si quisiera podría ser informal siempre? (muy probable / poco probable).

Variables de control

Se ha encontrado que algunas variables demográficas específicas influyen en la intención emprendedora. Aquí la edad, el género y el nivel de educación individual se tratan como variables de control del estudio. Respecto de la edad, se ha encontrado que ejercen una influencia positiva para la intención emprendedora, son más fuertes entre las personas más jóvenes que los mayores (Kautonen, Tornikoski y Kibler, 2011; Ravis, Sheeran y Armitage, 2009). Se ha demostrado que el género es un elemento para la intención emprendedora, sin embargo, Haus y otros (2013) consideraron que las diferencias en la intención emprendedora entre hombres y mujeres se basaban más en convertir la intención en una implementación. Se han encontrado importantes variaciones de género en la razón del emprendimiento informal en Ghana (Adom y Williams, 2012). Por último, se considera que los niveles de educación de los individuos son determinantes de la informalidad (Loayza, 2008) y de las tasas de participación en el empleo formal en Nicaragua (Pisani y Pagan, 2004).

3.4.3.- Metodología

El diseño del estudio requirió que se desarrolle una encuesta específica para recolectar datos de las variables de la TCP, de una muestra de pequeños vendedores informales de cilindros de gas en Lima.

Los datos se analizaron utilizando SPSS v18, incluyeron análisis factorial para validar los constructos del modelo. Para las pruebas de hipótesis y el análisis de cada uno de los ítems, se utilizó el modelo de ecuaciones estructurales (SEM¹), utilizando Amos v 18.

¹ SEM: *Structural Equation Model*

3.4.3.1.-Desarrollo del Instrumento

Estudios previos sobre emprendedores informales y comportamiento indeseable enfatizan que la encuesta es importante debido a que estos tipos de estudios son de naturaleza sensibles (Ram, Edwards y Jones, 2007). Aunque en una serie de estudios cualitativos de emprendedores informales se ha mostrado que estos hablan abiertamente de sus experiencias (véase Ram, Edwards y Jones, 2007), hay elementos de amenaza para los encuestados a través de la posible estigmatización o exposición de sus operaciones ilegales. Esto ha llevado a considerar que los encuestados necesitan ser tranquilizados; siendo algunos reacios a proporcionar respuestas detalladas (Williams, 2013a). Por lo tanto, cuestiones como la exposición al riesgo, el cumplimiento percibido y el consentimiento informado, pueden reducirse mediante la creación de confianza antes y durante la recopilación de datos (Ram, Edwards y Jones, 2007).

Una serie de estudios de la TCP para entender los fenómenos de comportamiento indeseable recolectan datos a través de auto-reportes (Armitage y Conner, 2001; Beck y Ajzen, 1991; Burak y Vian, 2007). El principal inconveniente de la auto-información es el sesgo de los encuestados que proporcionan datos erróneos basados en respuestas socialmente deseables o que niegan tener actitudes socialmente indeseables (Beck y Ajzen, 1991). Aunque es posible moderar algunas de estas inconsistencias de datos mediante el uso de medidas objetivas o mediante la comparación de documentación (Hessing, Elffers y Weigel, 1998), por lo general los auto-informes no proporcionan datos muy reales (Beck y Ajzen, 1991).

El instrumento requerido para este estudio fue desarrollado y su validez probada a través de una muestra piloto de 30 individuos. Los participantes del piloto, que tenían las mismas características que la población del estudio, también hicieron comentarios sobre la adecuación de la redacción y su comprensión de las preguntas (Godin y Kok,

1996; Francis et al., 2004). Los constructos predictores del estudio se obtuvieron de los propietarios de negocios informales y se basan en las creencias de la población del estudio, proporcionando un marco general para las creencias conductuales, normas y controles (Reyes y Martín, 2007). Esto y el contexto del negocio - debido al registro temporal era posible vender gas mientras no era una empresa formalmente registrada en Perú – nos indicó que entrevistar a los emprendedores informales sobre sus operaciones comerciales, no reduciría indebidamente la validez del instrumento.

3.4.3.2.- Administración del instrumento

Para preparar las preguntas, se siguió de cerca la metodología de Ajzen (2006), complementada por las respuestas del estudio piloto. El cuestionario se estructuró utilizando un lenguaje simple y de fácil comprensión, que contenía al menos tres elementos o ítems para cada constructo y que los encuestados podían completar en breve tiempo (Francis, et al., 2004). El cuestionario fue elaborado en español por hablantes nativos, utilizando frases peruanas comunes. Las respuestas se obtuvieron mediante entrevista y se registraron utilizando escalas Likert de siete puntos. Se utilizó un entrevistador por distrito de Lima para mantener la coherencia en la grabación de datos y para obtener y mantener la confianza de los vendedores informales de gas.

3.5. Resultados

Análisis exploratorio de factores

Se realizó un análisis factorial exploratorio sobre la data resultante de la encuesta. Este análisis proporciona la identificación y verificación de si los ítems se asocian apropiadamente a los constructos. Catorce (14) de los 19 ítems fueron agrupados en las cuatro variables o constructos, luego de la rotación se eliminaron los ítems con cargas inferiores a 0.5 y que a su vez se agrupaban con otros constructos. Para

probar la asociación de los ítems, se utilizó rotación Varimax para cinco iteraciones produciendo un alfa de Cronbach para cada constructo. Estos varían entre 0.615 a 0.748, que están dentro de los indicadores de consistencia interna como aceptable a buena (George y Mallery, 2003) y el total de la varianza explicada fue de 60%. En la Tabla 3.2. se muestran los resultados del análisis factorial incluyendo los valores del alfa de Cronbach.

Tabla 3.2. Análisis factorial

Matriz de componenets rotados

Variables	Componenets			
	Intención	Actitud	Norma Subjetiva	Control Conductual Percibido
P_2.1 - Intención	0.854			
P_2.2 - Intención	0.795			
P_2.3 - Intención	0.683			
P_3.2 - Actitud		0.691		
P_3.3 - Actitud		0.688		
P_3.5 - Actitud		0.687		
P_3.4 - Actitud		0.672		
P_3.1 - Actitud		0.509		
P_4.2 - Norm Subj			0.767	
P_4.3 - Norm Subj			0.756	
P_4.1 - Norm Subj			0.668	
P_5.4 - C C P				0.807
P_5.3 - C C P				0.780
P_5.2 - C C P				0.531
α Cronbach	0.748	0.747	0.644	0.615

Método de extracción: Análisis de componenets principales

Método de rotación: Normalización Varimax

La rotación ha convergido en 5 iteraciones

Modelado de Ecuaciones Estructurales - SEM

El Modelado de Ecuaciones Estructurales (SEM) fue utilizado para construir y probar el modelo con AMOS versión 18.0 (Arbuckle, 1997). SEM ofrece el beneficio de estimar simultáneamente los coeficientes de las diferentes causalidades, probar la significación de las trayectorias causales y probar el modelo como un todo (Bagozzi & Yi, 1988). La Tabla 3.3. muestra las medias, desviaciones estándar y correlaciones entre las variables incluidas en el modelo. Las correlaciones constructivas muestran que hay correspondencia. Al comparar estas correlaciones con las estimaciones de fiabilidad, se encuentra que las correlaciones del SEM son más bajas, lo que indica que los factores son diferentes entre sí. Esto proporciona el requisito esencial para la existencia de una validez discriminante (Churchill, 1995; Swartz y Douglas, 2009). Dada la validez y fiabilidad adecuada de la medición, se llevó a cabo la prueba de hipótesis de los datos.

Para verificar una posible existencia de multicolinealidad entre todas las variables mostradas en la Tabla 3.3., se hizo una prueba del factor de inflación de la varianza (VIF) (Greene, 2003). Para esto, se consideró como si se tratase de una regresión lineal múltiple y se corroboró la no presencia de multicolinealidad, recordando que un valor individual VIF mayor que diez indica problemas de multicolinealidad, así como un valor medio VIF mayor que seis.

Tabla 3.3. Matriz de descriptivos y correlación de variables

Variables	N	Media	Desviación Estandar	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]	VIF
[1] Intención	202	3.059	1.248	1							
[2] Actitud	202	3.163	1.292	0.420**	1						1.402
[3] Norma subjetiva	202	2.757	1.505	0.363**	0.315**	1					1.185
[4] Control conductual percibido	202	1.817	1.734	0.331**	0.247**	0.536**	1				1.290
[5] Edad	202	41.099	14.063	-0.001	0.019	0.004	-0.082	1			1.021
[6] Genero	202	0.327	0.47	-0.042	0.018	-0.07	-0.036	0.008	1		1.004
[7] Educación	202	1.525	0.983	0.072	0.034	0.022	-0.034	-0.193**	-0.071	1	1.024
<i>VIF medio</i>											1.154

Nota: *p<0.10, **p<0.05, ***p<0.001

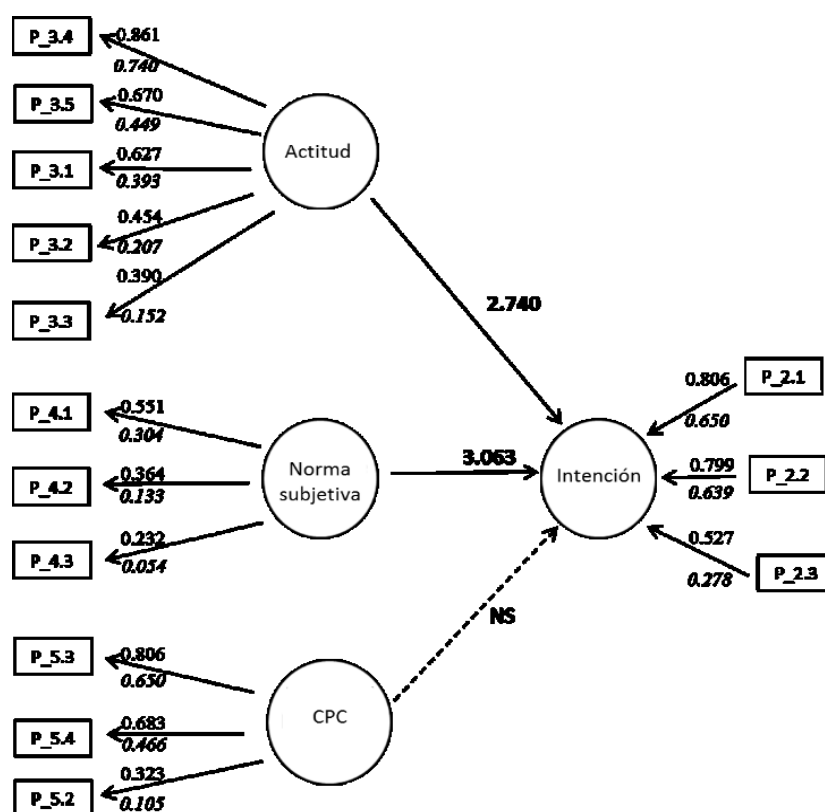
Prueba y análisis de las hipótesis

El uso de SEM es mucho más preciso que la regresión múltiple, ya que incluye la causalidad de cada elemento y a su vez, la inclusión del error. La Tabla 3.4. presenta la base de evidencia para cada variable significativa de cada constructo, mientras que la figura 3.2 presenta los resultados de la regresión para cada ítem con los datos SEM.

Tabla N° 3.4. Determinantes del SEM

Hipótesis		Peso de la Regresión estándar	Significatividad	Conclusión
H1	La actitud decisiva del individuo, influye positivamente en la intención de operar una empresa informal	2.74	0.049	H1: soportada en un nivel de 95%
H2	Los referentes cercanos, influyen positivamente en la intención del individuo en operar una empresa informal	3.063	0.051	H2: soportada en un nivel de 95%
H3	La percepción de tener la conducta bajo control, influye positivamente en la intención del individuo en operar una empresa informal	0.354	0.488	H3: No soportada

Figura N° 3.3. Coeficientes del resultado del SEM



Nota.-

1. Los números por encima de cada flecha indican el coeficiente estándar.
2. Los números en cursiva debajo de cada flecha indican la varianza explicada. (R²)
3. Los números en negrita son la carga de regresión estándar de la tabla 4.

La Tabla 3.4. y la Fig. 3.3. muestran que la hipótesis 1, para la Actitud es respaldada. Los ítems más significativos son: p_3.4 (¿Para usted, ser informal es más beneficio/perjudicial?), p_3.5 (¿Para usted ser informal es bueno / malo?) y p_3.1 (¿Ser informal es más ventajoso? de acuerdo / en desacuerdo), que representan las creencias que forman la base de la actitud (Krueger, Rielly y Carsrud, 2000). Aquí, es evidente que los individuos que están predispuestos a ser emprendedores informales encuentran beneficios y ventajas de esta condición. La variable más significativa: p_3.4 “Para usted, ser informal es (beneficioso / perjudicial)?” significa una actitud favorable a la informalidad en comparación con otros estados posibles.

La hipótesis 2, la Norma Subjetiva, también es soportada. Esto se corresponde con el contexto sociocultural del Perú, donde el apoyo normativo se convierte en parte de la toma de decisiones de un individuo debido al lugar central de las normas grupales (Dawkins, et al., 2014). Es evidente que cuando los individuos se sienten apoyados por las personas que les rodean o de su entorno cercano, en particular sus familias, como lo demuestra la importancia del ítem p_4.1, (¿Su familia que vive con usted, piensa que debería / no debería ser informal?), los individuos tendrán la intención de mantener su estado informal del negocio. La fuerza de la norma social también se manifiesta en las instituciones sociales informales de apoyo, indicadas a través de los contactos o redes, que son parte del entorno socio-cultural, que Webb y otros (2013), lo identifican como problemas lentos de cambiar.

La hipótesis 3 no es soportada como constructo por los resultados del SEM. Esto refleja las conclusiones de Bird (2013) de que si bien se habían iniciado reformas considerables en materia de políticas y reglamentación para mejorar el cumplimiento comercial y en particular, reducir las barreras al crédito, los emprendedores informales peruanos eran ambivalentes al despliegue de esta política debido a su actitud ante la deuda o lo que ellos percibieron como costos adicionales. Sin embargo, este hallazgo de falta de significatividad es importante para enfatizar que los factores socioculturales son una dinámica importante para la continuación del emprendimiento informal, incluso cuando se han implementado reglamentaciones y facilitadores de formalización. Esto es entendido por los emprendedores informales y se refleja en el ítem del constructo del CCP más significativo p_5.3. “¿La competencia con otras empresas informales lo desalienta en formalizarse (verdadero / falso)?”.

Finalmente, para la variable Intención los ítems más significativos son p_2.1 y p_2.2, que indican una intención de permanecer en la informalidad prácticamente a

perpetuidad. Como tal, implica que el emprendedor informal siente poco remordimiento, vergüenza o temor de ser atrapado por operar una empresa informal y no tienen mucha intención de formalizar su empresa en el futuro. Esto apoya a Ram, Edwards y Jones (2007) al encontrar que las normas sociales que apoyan la economía informal permiten la colusión entre el emprendedor y otros actores sociales, lo que a su vez apoya la continuación de acuerdos informales y los integra en las redes de la comunidad y la economía.

3.5.1 Pruebas de robustez

Los modelos estructurales se desarrollaron utilizando los siguientes índices de ajuste: (i) el valor de Chi-cuadrado entre los grados de libertad (CMIN/ DF), (ii) el índice de ajuste comparativo (CFI) y el error cuadrático medio de la aproximación (RMSEA). Siguiendo las recomendaciones de la literatura, los resultados son indicativos de un ajuste de modelo aceptable, donde: los valores de CMIN/DF son cercanos a 1,00, los valores de CFI son mayores que 0,90 y los RMSEA iguales o inferiores a 0,08 (Blunch, 2010). Así, el modelo general muestra buenos indicadores de ajuste. La Tabla 3.5. proporciona los datos de los índices de ajuste. A continuación, el modelo inicial se complementó con variables demográficas para observar su implicación. Sin embargo, el análisis de ecuaciones estructurales no pudo confirmar la influencia de estas. Adicionalmente, también se intentó efectuar los análisis por zona o ubicación, pero tampoco se obtuvieron resultados significativos, pues las sub-muestras para cada zona eran demasiado pequeñas para la prueba de validación del SEM.

Tabla N° 3.5 Índices de ajustes del SEM

Ajustes	Modelo	Modelo independiente
Chi Cuadrado, gl, (p value)	122.48, 63, (0.000)	855.811, 91, (0.000)
CMIN / DF	1.944	9.405
CFI	0.922	0
RMSEA	0.069	0.204

3.6.-Discusión

Este estudio se propuso determinar los factores que contribuyen a las intenciones de un individuo de operar una empresa informal en Perú vendiendo cilindros de gas domésticos. Mediante el uso de una muestra tomada de una población de pequeños vendedores informales de gas, la TCP se utilizó para determinar cuáles de sus constructos contribuían a la intención de operar una empresa informal.

Se considera que la actitud es la más significativa, lo que refleja que los encuestados creen que hay un beneficio, una ventaja y un favor significativo al operar un negocio informalmente. Implica que hay una aceptación del riesgo y del estado de incertidumbre que trae ser un emprendedor informal. Se encontró que la Norma Subjetiva era el otro factor significativo. En Lima es común operar un negocio desde su hogar con el apoyo de la familia y de las redes sociales cercanas. Esto se ve reforzado por el estatus que se obtendría de él y de su familia al ser reconocidos como económicamente independientes. El control conductual percibido, que refleja el bajo nivel de control de los empresarios informales sobre su independencia económica, no se encontró como un factor significativo, más bien se encontró que las altas tasas de informalidad en Perú es un desincentivo significativo para formalizar y como tal indica un problema importante para las políticas de formalización en general. El análisis también encontró que los emprendedores informales estaban dispuestos a comenzar y

continuar operando informalmente, considerando que esto será más beneficioso para ellos, reforzado por el apoyo social recibido de la familia y las redes cercanas.

La revelación de estos determinantes a nivel individual proporciona una visión adicional para los formuladores de políticas que desarrollan estrategias dirigidas a reducir la economía informal. La descripción de Bird (2013) sobre los emprendedores informales peruanos proporciona una comprensión de los impulsores sociales locales de la informalidad y los resultados de este estudio proporcionan evidencia cuantitativa adicional del poder de las instituciones sociales y la naturaleza independiente del emprendedor peruano frente a los cambios en institucionales formales. A pesar de que el registro de empresas peruanas se ha facilitado, la continuación de la débil presencia del Estado y un clima social que es tolerante con el emprendimiento informal, ayuda a considerar normal este comportamiento.

Los emprendedores informales peruanos no se ven en la necesidad de formalizar su negocio, ni sienten ninguna sanción social, de hecho parece ser lo contrario. Significativamente para impactar en las tasas de informalidad, serán necesarios cambios dentro de las instituciones informales del Perú, un mayor desarrollo de la confianza en el Estado y mejores actitudes hacia la moralidad tributaria que se requieren para ponerse al día con los cambios formales y regulatorios que se han promulgado con el objetivo de mejorar las tasas de formalidad. Al igual que Williams (2013b), parece haber combinaciones de las teorías de la informalidad en el trabajo en el Perú, particularmente al examinar los obstáculos regulatorios a la formalización, la influencia de los efectos estructurales de la desregulación y el comercio global y la naturaleza más precaria del trabajo. Parecería que la consideración de un ritmo de cambio y políticas mejor orientadas se requeriría desarrollar frente a las fuertes influencias de las instituciones

sociales de Perú con respecto a la presencia generalizada del emprendimiento informal. De manera significativa, es la distancia "cultural" del Perú de las economías desarrolladas lo que dificultan el éxito de sus principales políticas de formalización, debido a las influencias contextuales y sociales descubiertas por este estudio (Smallbone, et al, 2014).

3.7.-Conclusión

Este estudio ratifica empíricamente las principales motivaciones y determinantes de los emprendedores informales en el Perú, como es el caso que la actitud de los emprendedores informales, quienes consideran que su situación es más beneficiosa y les da ventaja respecto de los formales. También se obtiene que sus familias y sus redes cercanas apoyan la situación de operar informalmente. Dentro de la percepción de control de la conducta, se detectó que las altas tasas de informalidad es un desincentivo significativo para formalizarse. Si bien se ha tomado como estudio un sector comercial, dada la alta tasa de informalidad en el Perú, sus resultados pueden ser considerados como base para llegar a obtener las demás motivaciones y determinantes de la economía y sociedad peruana y de otros países con elevadas tasas de informalidad.

Implicaciones prácticas

Los resultados de este estudio confirman la dirección de una política regulatoria relacionada con la venta de cilindros de gas domésticos en Perú, a través de los Artículos 13² y 14³ del Decreto Supremo 022-2012-EM, esta regulación reconoció la renuencia del emprendedor informal a su posibilidad de formalizarse, considerándose que es una respuesta a la enorme influencia de la informalidad, en este caso, a la venta de cilindros de gas a domicilios. En virtud de la norma antes mencionada, los proveedores mayoristas autorizados (Plantas envasadoras de gas), son los responsables por los pequeños vendedores informales que distribuyen los cilindros a los hogares. Cada pequeño vendedor informal es certificado por uno de los proveedores mayoristas autorizados, quienes son responsables solidariamente con el propietario del pequeño local de venta, de la seguridad y la calidad de los cilindros vendidos. Las disposiciones de los Artículos 13 y 14 mantienen una cadena de responsabilidad necesaria para la seguridad de los cilindros de gas, reconociendo al mismo tiempo la dificultad de una transición hacia un sistema de distribución formal por parte de los pequeños locales de venta.

² **Artículo 13°.- Obligación de los Locales de Venta de GLP y Empresas Envasadoras**

Los Locales de Venta sólo podrán comercializar los cilindros de GLP de propiedad o bajo responsabilidad de una sola Empresa Envasadora. La póliza de seguro de responsabilidad civil extracontractual de los Locales de Venta podrá ser cubierta por la Empresa Envasadora que los abastece o por una póliza de seguro propia. Las Empresas Envasadoras deberán garantizar, a través de la emisión de un certificado, que los Locales de Venta que comercializan cilindros de GLP de su propiedad o bajo su responsabilidad, cumplen con las condiciones de seguridad requeridas para su operación, sin perjuicio de las funciones de fiscalización y supervisión a cargo de OSINERGMIN.

³ **Artículo 14°.- Responsabilidad Solidaria**

Las Empresas Envasadoras son solidariamente responsables por la seguridad de las instalaciones de los Locales de Venta que comercialicen los cilindros de GLP de su propiedad o bajo su responsabilidad.

Implicaciones para la investigación futura

Este estudio proporciona una contribución metodológica a través del desarrollo de un instrumento diseñado para el emprendimiento informal. El análisis factorial del instrumento proporcionó buenos resultados, alcanzando el 60% de la varianza explicada en el modelo a través de los cuatro constructos, el α Cronbach se encuentra dentro de los obtenidos en estudios de comportamiento en psicología (Kline, 2009). Por lo tanto, el instrumento podría utilizarse con otras poblaciones de emprendedores informales para consolidar los hallazgos de este estudio o refinarse aún más a través de una mayor especificidad en diferentes niveles.

Por último, es posible que otros segmentos de la economía informal tenga sus características particulares, por lo que este estudio podría replicarse en otros contextos informales de negocios tales como los vendedores de mercancías, transporte público de pasajeros, etc. lo cual ayudaría en obtener evidencia más sólida de los determinantes conductuales de las personas que operan en la economía informal, proporcionando información para construir regulaciones sectoriales y políticas de formalización apropiadas.

Tabla 3.6. Escala de medición de los ítems

Variable (Todas medidas en una calificación de siete puntos en escala Likert)	
<i>Intención</i>	
2.1	¿Usted tiene la intención de ser informal permanentemente? (Más probable / poco probable)?
2.2	¿Espera ser informal por mucho tiempo? (de acuerdo/ en desacuerdo)?
2.3	¿Hará todo lo posible para seguir siendo informal? (Más probable / poco probable)
<i>Actitud</i>	
3.1	¿Ser informal es más ventajoso que ser formal (de acuerdo / en desacuerdo)?
3.2	¿Así tuviera la oportunidad y recursos seguiría siendo informal (muy probable / menos probable)?
3.3	¿Así le clausuren su local, seguiría siendo informal (muy probable / poco probable)?
3.4	¿Para usted ser informal es (beneficioso / perjudicial)?
3.5	¿Para usted, ser informal es (bueno/ malo)?
3.6	¿Para usted, ser informal (tiene valor / sin valor)?
<i>Norma subjetiva</i>	
4.1	¿Su familia que vive con usted, piensa que (debería / no debería) ser informal?
4.2	¿Su familia que no vive con usted, están (de acuerdo / en desacuerdo) que usted sea informal?
4.3	Sus amistades cercanas, están de acuerdo con que usted sea informal (verdadero/ falso)?
4.4	Varias personas como usted son informales (muy probable / poco probable)?
<i>Control Conductual Percibido</i>	
5.1	¿De usted depende ser informal o no (de acuerdo / en desacuerdo)?
5.2	¿Los trámites que tiene que hacer le impiden formalizarse (de acuerdo / en desacuerdo)?
5.3	¿La competencia con otros informales lo desanima a formalizar (verdadero / falso)?
5.4	¿Por sus bajos recursos es usted informal (verdadero / falso)?
5.5	¿Sus vecinos apoyan su negocio informal (muy probable / poco probable)?
5.6	¿Si quisiera, podría ser informal siempre (muy probable / poco probable)?

Capítulo 4.- El referente cercano, la autoeficacia y el miedo al fracaso en el emprendimiento informal

4.1.- Introducción

El fenómeno del emprendimiento en la economía informal no puede ser ignorado, porque se estima que un 30 por ciento el comercio mundial es informal, existiendo países con una tasa de informalidad que llega a un 70 por ciento (Schneider, et al. 2010). En el caso del Perú, según el propio Schneider et al. (2010), su economía tiene un índice promedio de 58 por ciento de su producción nacional. Esto refleja la observación de que el emprendimiento informal tiende a ser más importante (Thai y Turkina, 2013) y su tasa mucho mayor en economías menos desarrolladas (Hipsher, 2013). Generalmente se considera que la informalidad tiene efectos nocivos en el desempeño económico de un país al limitar la productividad y el crecimiento de los negocios formales (Farrell, 2004). Aunque esta visión es distinta en países en desarrollo, pues la economía informal es vista como un mecanismo para proporcionar los ingresos, que sus economías formales no pueden proveer (Hussain, 2011).

Aunque se conoce mucho sobre motivadores y características empresariales en la economía formal, la evidencia empírica sobre las motivaciones y características de los emprendedores informales es limitada (Williams y Nadin, 2010). Sin embargo, recientemente, la literatura está experimentando un aumento de la investigación en el campo del emprendimiento informal (ver Thai y Turkina, 2013), dentro del cual se utilizan una serie de perspectivas sociales, culturales e institucionales, y datos e indicadores económicos para examinar y entender mejor el fenómeno. En este capítulo pretendemos avanzar en la literatura sobre el impacto de las percepciones cognitivas individuales en el emprendimiento informal, en particular con el papel que ejerce un referente cercano, la autoeficacia y el miedo al fracaso.

Una serie de estudios en diferentes países que exploran el emprendimiento informal han sido llevados a cabo en Inglaterra (Williams, 2007), Ucrania (Williams et al, 2012) y Rusia (Williams & Round, 2009). Estos revelan una mayor proporción del emprendedor informal en las poblaciones desfavorecidas. Mientras que los estudios en economías en desarrollo como América Latina (Perry et al., 2007) y la India (Williams y Gurtoo, 2013) han vinculado la prevalencia del emprendimiento informal como una oportunidad para escapar de la pobreza o de mejora económica. En particular, Thai y Turkina (2014) encontraron que ciertos elementos culturales, especialmente en aquellas culturas orientadas al factor humano, tienen una mayor influencia en el emprendimiento informal, siendo su presencia más fuerte en los países menos desarrollados con marcos institucionales débiles.

La informalidad no es un estado binario, sino que "es un continuo multidimensional que va desde el registro formal en cualquier agencia gubernamental hasta los grados de registro parcial" (De Castro, Khavul, y Bruton, 2014, p.87). Los factores que se han encontrado que influyen en una persona para entrar en el emprendimiento informal incluyen: la necesidad económica (Williams y Nadin, 2010; Williams, 2013b), la localización y disponibilidad de oportunidades de negocio (Williams, 2011), la falta de oportunidades formales de empleo (Pisani, 2013; Williams y Youssef, 2013), además de considerarlo un proceso de auto-selección voluntario (Pisani y Pagan 2004). Eijdenberg (2016) indica que las definiciones occidentales de motivación y orientación emprendedora pueden no ser directamente aplicables a los emprendedores informales de las economías en desarrollo, donde existe mucho emprendimiento informal, y estos emprendedores pueden operar bajo diferentes paradigmas. Similar a la problemática general de la informalidad, los valores del emprendimiento pueden expresarse de manera diferente en contextos de países en

desarrollo, donde los emprendedores pueden, por un lado expresar los entendimientos convencionales occidentales y por otro lado, una conceptualización propia estereotipada, coexistiendo de manera híbrida (Venter, 2012).

La investigación existente sobre la informalidad tiende a centrarse en factores institucionales y motivacionales a través de estudios de un solo país y entre países (Siqueira, Webb y Bruton, 2014). Gran parte de esta literatura, si bien es rigurosa, se ocupa de las interacciones a través de las influencias institucionales o económicas y pocas proporcionan explicaciones detalladas de los impulsores de las acciones de los emprendedores informales a nivel micro o individual. Gran parte de las motivaciones y características del emprendedor informal se derivan de estudios de casos o de estudios con un número limitado de encuestados (De Castro, Khavul y Bruton, 2014; Hipsher, 2013; Williams, 2007; Rodin, McNeill, Vite-León y Heymann, 2012; Ama, Mangadi, y Ama, 2014). Esto se debe en parte a que los datos son difíciles de obtener (McGahan, 2012), ya que los emprendedores informales por lo general desconfían de los investigadores debido a la sensibilidad de proporcionar datos sobre su identidad, la estigmatización o la potencial exposición de sus operaciones no legales (Ram, Edwards y Jones, 2007; Ama, Mangadi y Ama, 2014). Sin embargo, los datos de los emprendedores regulares y anónimos se recogen a través de la Encuesta Anual de Población Adulta (EPA) del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que reúne datos de varios países de todo el mundo (Bosma, 2013; Álvarez, Urbano y Amoros, 2014). La EPA incluye varios tipos de preguntas que se refieren a las percepciones cognitivas de un individuo como conocer a un referente cercano, la autoeficacia y el miedo al fracaso (Reynolds et al., 2005). Recientemente, en el año 2012, se ha incluido una pregunta voluntaria, respecto a si el emprendedor registra oficialmente su negocio. Esta pregunta tiene el potencial de ser utilizada como un indicador para distinguir entre

emprendedores formales e informales, ya que un negocio que no está registrado es considerado informal (Gërxhani, 2004; Klapper et al.2007; Nyström, 2008; Webb et al. 2009).

Perú participa en el GEM desde el año 2009 y continúa recopilando datos de una variedad de emprendedores, incluyendo las respuestas a la pregunta de registro de negocios. El análisis de los datos de esta pregunta de la EPA y el GEM de 2012 a 2016 confirma las estimaciones de Scheneider y otros (2010) de las altas tasas de informalidad del país, revelando que cerca del 75% de los encuestados no registran sus negocios (Autio y Fun, 2015). Estos altos niveles de informalidad emprendedora se han mantenido en los últimos años, a pesar de que Perú introdujo medidas para reducir la informalidad (Bird, 2013). La alta tasa persistente, sugiere que se pueden hacer mejores acciones para reducir la informalidad y no insistir con el enfoque convencional de aplicar políticas de cumplimiento, aumentar las sanciones o incentivar la formalización (Schneider y Williams, 2013). Más bien, las políticas de reducción de la informalidad de un país, deben estar acorde con las razones divergentes de los emprendedores informales (Williams 2013a, Williams y Nadin, 2012; Williams y Shahid, 2016) y los responsables políticos, deben tratar de comprender los contextos que influyen en las acciones de un emprendedor informal (Zahra, Wright y Abdelgawad, 2014).

Este artículo pretende determinar qué factores y percepciones afectan las acciones de un emprendedor informal, a partir de datos procedentes de la base de datos GEM del Perú. La segunda sección consiste en una revisión de la literatura relacionada con las características y rasgos de los emprendedores, identificando las relaciones teóricas y sus mecanismos en los emprendedores informales, para lo cual se plantean hipótesis. La sección tres, presenta el análisis empírico que incluye la muestra, variables y metodología empleada en el estudio; a través de la regresión logística, se evalúan

empíricamente tres modelos: el primer modelo está relacionado con las características generales de los emprendedores informales en el Perú, el segundo modelo prueba las hipótesis formuladas sobre los efectos de las percepciones cognitivas y el tercer modelo prueba en forma más específica una hipótesis referida a la relación del modelo de rol con la edad. La sección cuatro presenta los resultados, seguida por la quinta y última sección que contiene la discusión y conclusiones de los resultados obtenidos.

4.2.-Revisión de literatura

Características, rasgos y personalidad de los emprendedores

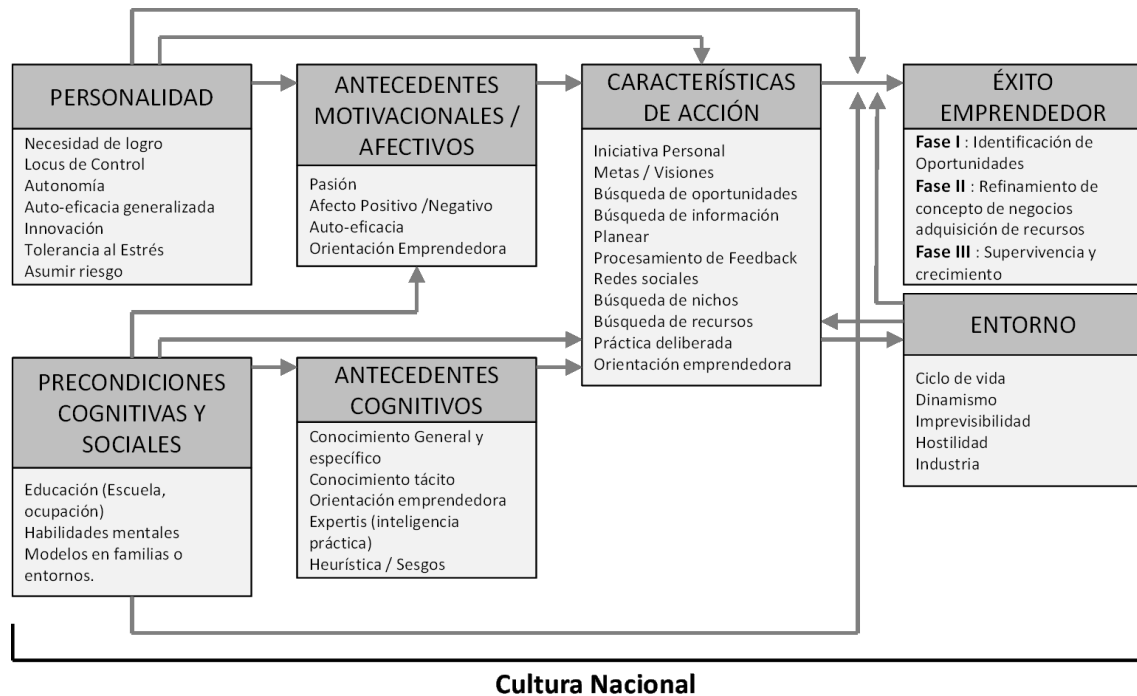
La investigación entre los años 1980 y 2005, se ha enfocado en explicar al emprendimiento mediante el uso de las teorías económicas y de estrategia (Kirchhoff, 1991). Recientemente, los estudiosos han reconocido una vez más la importancia de una perspectiva psicológica, porque “el emprendimiento es fundamentalmente personal” (Baum et al. 2007). Se considera que el emprendimiento es un proceso con al menos tres fases: (a) fase de identificación de oportunidades, (b) fase de reunir recursos para iniciar una empresa, y (c) fase de gestión de la nueva empresa (Baron, 2007). Los conceptos psicológicos son relevantes para las tres fases, ya que ayudan a explicar cómo un emprendedor: determina, juzga, evalúa o decide sobre oportunidades de creación de empresas (Mitchell, et al., 2000); percibe la factibilidad y la conveniencia de las oportunidades (Krueger, 2000), así como la gama de recursos disponibles (Shane y Venkataraman, 2000); y finalmente toma decisiones, llega a juicios o soluciona problemas, cuando se enfrenta a información incompleta o compleja (Fernández, Liñan y Santos, 2009). El enfoque de la teoría de la acción de Frese (2009) para el emprendimiento, sostiene que el emprendedor no sólo emite juicios, sino que también actúa sobre esos juicios, lo que lleva a una importancia alta de los factores cognitivos

como contribuyentes para la acción emprendedora. Las percepciones de potenciales oportunidades, del entorno y sus propias habilidades, también se consideran variables importantes para aquellos que desean crear un nuevo negocio y ponerlo en marcha (Arenius y Minniti, 2005). Frese y Gielniek (2014) al intentar explicar la perspectiva psicológica del emprendimiento encuentran, a través de un meta-análisis, que “las dimensiones de la personalidad, como la autoeficacia (general) y la necesidad de logro, y la orientación empresarial están altamente asociadas con el emprendimiento (Creación de negocio y éxito emprendedor)” (página 413). Construyendo estos hallazgos en un modelo general de acción emprendedora, ver Figura 4.1, su modelo de características de emprendimiento describe un arreglo relacional de constructos basado en la investigación del emprendimiento desde una perspectiva psicológica. El modelo no tiene trayectorias directas para el Éxito Emprendedor, excepto por el constructo de las Características de Acción; los constructos de Personalidad, Precondiciones Cognitivas y Sociales y el Entorno actúan como moderadores de la relación Características de Acción y Éxito Emprendedor. Otra característica del modelo presentado en la Figura 4.1, es que los Antecedentes Motivacionales - Afectivos actúan como mediadores entre la relación de la Personalidad y las Características de Acción, y los Antecedentes Cognitivos; de igual forma, actúan como mediadores entre la relación de la Precondiciones Cognitivas y Sociales y las Características de Acción. (Frese y Gielniek, 2014).

Como también puede verse en la figura 4.1, hay una serie de características psicológicas vinculadas al emprendimiento que actúan como mediadoras o moderadores del éxito emprendedor, mientras que otras son antecedentes que influyen en las características de la acción. En el caso las características que actúan como mediadoras o moderadores, dentro del constructo de Personalidad encontramos a la propensión al

riesgo, la autoeficacia generalizada. Mientras que en las Precondiciones Cognitivas y Sociales encontramos los modelos en la familia o de su entorno social (Frese y Gielniek, 2014).

Figura 4.1. Modelo de características de emprendimiento



Fuente: Frese (2009)

El enfoque de cognición en el emprendimiento

Los procesos cognitivos son relevantes en las acciones y decisiones emprendedoras individuales (Baron, 2007; Krueger, 2000; Mitchell, et al., 2002). El enfoque cognitivo enfatiza que la actividad e interacción humana está influenciada por procesos mentales, tales como motivación, actitudes o percepciones (Krueger, 2003). Las percepciones son uno de los factores cognitivos más importantes en la intención de iniciar un negocio, en ese sentido, se consideran importantes tres tipos diferentes de percepciones: (i) percepciones individuales, como el efecto de conocer a un referente cercano, la autoeficacia y la aversión a los riesgos; (ii) percepciones de oportunidades económicas; y (iii) percepciones socioculturales, como el estatus del emprendimiento en

una sociedad (Fernández, Liñan y Santos, 2009). Las percepciones actúan para ayudar al proceso emprendedor, ya que representan cómo se ve el entorno externo que rodea a los individuos y actúan como moderadores de sus respuestas a éste (Krueger, 2003). Se ha encontrado que las percepciones constituyen una parte muy importante en la fase previa de la puesta en marcha del emprendimiento, que los propios problemas reales que se presentan (Van Gelderen, Thurik, y Patel, 2011).

El enfoque de la cognición en la investigación del emprendimiento surgió de la interacción de la psicología social con la gestión organizacional, la cual comenzó a prestar atención a las características más importantes que podrían diferenciar a los emprendedores de los no emprendedores (Gartner, 1989). Los rasgos más importantes de la personalidad encontrados en la literatura fueron: la motivación de logro, necesidad de independencia, locus de control interno y una moderada propensión a la toma de riesgos (Borland, 1975; Brockhaus, 1980; Jennings y Zeithaml 1983). El análisis de rasgos fue complementado por el análisis de la influencia de algunas variables demográficas sobre la tasa de creación de empresas. Entre estas variables, se pueden destacar: edad, género, religión, etnia, educación, estado socioeconómico o experiencia profesional (Cooper y Dunkelberg, 1987; Reynolds, Storey y Westhead, 1994).

4.3. Hipótesis

Percepciones cognitivas individuales y el emprendimiento informal

Las percepciones cognitivas individuales, son características propias de cada persona. Su fundamento teórico fue establecido en la teoría cognitiva social (Wood y Bandura, 1989), que relaciona las características cognitivas individuales con el emprendimiento. Como se afirma en el modelo de características de emprendimiento de Frese y Gielniak (2014), una serie de factores cognitivos y de personalidad están

indicados para desempeñar algún papel que influye en las decisiones de un emprendedor en cuanto a cómo actúan y, en última instancia, impactan en el éxito de la empresa. Las percepciones cognitivas han demostrado ser importantes en el papel del aprendizaje social, la particularidad de las percepciones del modelo a seguir y la autoeficacia (Bandura, 1977), están empezando a figurar más en la investigación cognitiva del emprendimiento (Kolvereid, 1996; Krueger, 2000; Liñán y Chen, 2009). También se ha encontrado que las variables de percepción son muy importantes para explicar el comportamiento emprendedor entre géneros (Minniti y Nardone, 2007).

4.3.1.-El referente cercano emprendedor y el emprendimiento informal

La inferencia que se tiene a la función de los modelos a seguir, es que el comportamiento y la intención son a menudo influenciados por otros, a través de la identidad y el ejemplo (Ajzen, 1991). Esta influencia puede manifestarse como; (i) inspiración/motivación, (ii) un mejor sentido de autoeficacia, (iii) un ejemplo, y (iv) apoyo. Todos estos se han encontrado altamente valorados por los emprendedores en la puesta en marcha y a lo largo del desarrollo de una empresa (Bosma et al., 2012). Como tal la teoría del modelo a seguir en el emprendimiento, explica el aprendizaje a través del proceso que emula las acciones de otras personas emprendedoras a través de la observación y se ha utilizado para explicar, por ejemplo, por qué los individuos cuyos padres son empresarios, también optan por ser empresarios (Fernández, Liñán y Santos, 2009; Scott y Twomey, 1988).

Los modelos a seguir son personas con las cuales los emprendedores pueden: a) identificarse y b) de quienes pueden recolectar o utilizar habilidades y conocimientos para ayudar con el éxito de la empresa (Gibson, 2004). En apoyo de la primera de estas dos características, Bosma et al. (2012) encontró que los emprendedores y sus modelos

se parecían entre sí en términos de características e identificación de roles, como género, sector empresarial y nacionalidad, conociendo a menudo su modelo a seguir personalmente. Contín-Pilart y Larraza-Kintana (2015) apoya el aspecto de la identificación, concluyendo en su estudio que la influencia de los modelos a seguir es significativamente más débil para los inmigrantes que los nativos residentes, pues los inmigrantes son un grupo de individuos de los que se argumenta tienen menos acople sociocultural y menos conexiones personales que los residentes nativos, debido a que los inmigrantes tienden a vivir poco tiempo en un lugar. En apoyo a la segunda característica, los emprendedores están influenciados por el éxito del modelo a seguir, las habilidades y los conocimientos de un modelo a seguir, ayudando a reducir el temor al fracaso de un emprendedor (Wyrwich, Stuetzer y Sternberg, 2016), influyendo positivamente en la confianza o autoeficacia de un emprendedor (Fernández, Liñán & Santos, 2009) o compensar la falta de experiencia empresarial (Bosma et al., 2012).

Existe extensa investigación respecto del efecto positivo del modelo a seguir con los emprendedores (Bosma et al., 2012; Chlosta et al., 2012; Fornahl, 2003; Kacperczyk, 2013; Lafuente et al., 2007; Malecki, 2009; Minniti, 2005). Estos tienden a coincidir en que los emprendedores aprenden de las diferentes acciones y comportamientos de los modelos y de su entorno social. Los modelos a seguir o referentes cercanos emprendedores ayudan a mitigar las dudas que un emprendedor puede tener acerca de iniciar un nuevo negocio, proporcionando la información y el apoyo necesario (Minniti 2005) con un apoyo más efectivo, proporcionado por fuentes profesionales (Mas-Tur et al., 2015). Los modelos a seguir proporcionan beneficios a los emprendedores a través de procesos de aprendizaje observacional y cambio de percepción, que es diferente de la mera imitación (Fernández, Liñán y Santos, 2009). La calidad del modelo también parece ser importante, ya que el uso de mentores familiares

o modelos sin habilidades o conocimientos requeridos se ha asociado con el fracaso de la empresa (Mas-Tur, et al., 2015).

En el caso del emprendimiento informal, considerado un subconjunto del emprendimiento (Thai y Turkina, 2013), una de las razones principales por las que los emprendedores informales, aprenden de un referente cercano o modelo a seguir, es porque éstos son de su entorno, con características similares, como género, sector del negocio, nacionalidad (Bosma et al. 2012). Esto puede deberse en gran parte al contexto. Así, para individuos que inician su actividad empresarial en países en desarrollo con elevados niveles de informalidad, el efecto del modelo a seguir o referente cercano juega un papel importante, siendo considerado un referente social (Ho y Levesque, 2005).

Adicionalmente, los jóvenes son los que están más expuestos a recibir la influencia del modelo a seguir o “referente social cercano” (Bosma et al., 2012) y en países en desarrollo, el emprendimiento informal está impulsado por lo general, por jóvenes (Eijdenberg, 2016; Mas-Tur et al., 2015; Williams y Shahid, 2016). Si a lo anteriormente mencionado, le sumamos que muchos de los negocios informales están apoyados y respaldados por el entorno familiar (Ama, Mangadi y Ama, 2014; Hallam et al., 2017), es muy probable que los miembros mayores de la familia, como los padres, tíos, primos o hermanos sean los referentes sociales cercanos del nuevo emprendedor informal, por lo tanto, teniendo en cuenta los argumentos antes mencionados, nos planteamos la siguiente hipótesis:

Hipótesis 1: En países en desarrollo con alto grado de informalidad, conocer un referente cercano emprendedor incrementa las probabilidades de ser emprendedor informal en las personas más jóvenes.

4.3.2.- La Autoeficacia y el emprendimiento informal

La segunda percepción social introducida por Bandura (1977) es la autoeficacia. Así, los individuos que se consideran capaces de desempeñarse exitosamente como emprendedores tienen más probabilidades de entrar en el negocio o exhibir intenciones emprendedoras (Krueger y Carsrud, 1993). Los individuos con alta autoeficacia emprendedora pueden ver el entorno empresarial más favorablemente que un individuo con menor autoeficacia, pueden sentirse más seguros de tratar con problemas y complejidades del negocio y pueden anticipar los resultados de sus decisiones de una manera más favorable (Chen et al., 1998). Como tal, la investigación sobre esta percepción cognitiva ha encontrado un impacto positivo de la autoeficacia en las intenciones comerciales. Scott y Twomey (1988) encontraron que los factores predisponentes como la experiencia y el interés apoyaban a los estudiantes a creer que podrían tener éxito en los pequeños negocios y Chen et al. (1998) indicó que la autoeficacia tuvo un efecto positivo significativo y consistente en la probabilidad de convertirse o ser un emprendedor.

La autoeficacia también ayuda a explicar en parte la interacción de factores que están involucrados en el éxito de la nueva empresa y el crecimiento de la empresa (Collins, Hanges y Locke, 2004) a través de la moderación de la autoeficacia por la percepción del riesgo (Shane, Locke y Collins, 2003).

La confianza en las habilidades de uno mismo tiende a incrementar significativamente la probabilidad de participar en los esfuerzos de poner una empresa (Capelleras, Contín-Pilart, Martín-Sánchez y Larraza-Kintana, 2013) y la capacidad emprendedora percibida contribuye positivamente a la decisión para iniciar actividades emprendedoras, con un impacto mayor que el de las capacidades reales (Bayon, Vaillant y Lafuente, 2015).

La autoeficacia como parte de los factores motivacionales empresariales también se ha relacionado directamente con el reconocimiento de oportunidades en el sector informal y según Webb et al. (2013) los emprendedores informales reconocen las oportunidades que ofrece esta economía. En ese sentido, según lo manifestado por Chen et al (1998), los individuos con alta autoeficacia, pueden sentirse más seguros al tratar las complejidades propias del negocio, tomando decisiones más favorables.

Cuando el Estado tiene poca presencia y es incapaz de hacer cumplir sus reglas, la informalidad tiende a prevalecer (Loayza, 2008). Las regulaciones complicadas se consideran una barrera al crecimiento del negocio que evita que las pequeñas empresas entren a la formalidad (De Soto, 1989). Estos obstáculos de la economía informal, que incluyen la burocracia, la corrupción y los ambientes legales débiles (Friedman, et al, 2000) son mucho más pronunciados en América Latina (Perry et al., 2007), además de la dificultad de acceder al crédito (Webb et al., 2013). Bajo estas circunstancias, un mayor grado de autoeficacia hace al emprendedor más seguro de sí mismo para afrontar y superar los retos y obstáculos de la informalidad, estando por tanto, más dispuesto un individuo a ser emprendedor informal cuando mayor autoeficacia tenga, por lo cual planteamos la siguiente hipótesis:

Hipótesis 2: En países en desarrollo con alto grado de informalidad, a mayor grado de autoeficacia del individuo, mayor probabilidad de ser emprendedor informal

4.3.3.- El miedo al fracaso y el emprendimiento informal

El miedo al fracaso de los emprendedores fue estudiado en los años setenta, como un factor que podría diferenciar a los emprendedores de los no emprendedores. Los investigadores esperaban que los emprendedores fueran personas con una mayor

disposición a tomar acciones arriesgadas en comparación con otros. Sin embargo, los resultados han mostrado que la propensión al riesgo era muy similar entre los emprendedores y los no emprendedores (Brockhaus, 1980).

El enfoque cognitivo de la investigación del emprendimiento ha contribuido desde entonces a la comprensión del papel del riesgo, mostrando que asumir riesgos desempeña un papel importante en la formación y actuación sobre las intenciones emprendedoras. La investigación tiende a mostrar cómo las personas se enfrentan a los riesgos vinculados a sus decisiones tomadas y sugiere que los emprendedores no perciben el riesgo de los emprendimientos debido a su creencia de que pueden controlar los eventos considerados más complicados (Simon, Houghton y Aquino, 2000). Por otra parte, aquellos individuos que tienen una alta predisposición a evitar el fracaso, evitarán riesgos intermedios prefiriendo una probabilidad de éxito fácil y alta, garantías más seguras que opciones extremadamente riesgosas, ya que será más fácil atribuir fallas a factores distintos de las propias decisiones (Shane, Locke y Collins, 2003). Por esta razón, la percepción de un emprendedor de reducir los riesgos empresariales y menor miedo al fracaso tiende a afectar positivamente sus intenciones emprendedoras (Simon et al., 2000; Stewart y Roth, 2001; Rauch y Frese, 2007). Chen, Su y Wu (2012) encontraron que aquellos emprendedores con alta necesidad de logro y mayor nivel de educación estaban más dispuestos a asumir riesgos que aquellos con menores niveles de logro y educación. Del mismo modo, la confianza obtenida a partir de las interacciones con los modelos de conducta ayudan a reducir el miedo al fracaso a través de la comunicación sobre y desde el desarrollo de la familiaridad con situaciones que el emprendedor no ha encontrado previamente (Wyrwich, Stuetzer y Sternberg, 2016).

La informalidad en la actividad empresarial tiene inherentemente, la asunción de más riesgos por parte del emprendedor, debido a su condición de ilegal al no contar con

un registro (Gërxhani, 2004; Klapper et al.2007; Nyström, 2008; Webb et al. 2009). Por lo que a menor miedo al fracaso de un individuo, éste tendrá menos reticencias a ser emprendedor informal en la medida que estará más dispuesto a asumir riesgos. Entendemos, por tanto, que a menor miedo al fracaso de un individuo se incrementen las probabilidades de que este se convierta en emprendedor informal. En consecuencia, planteamos la siguiente hipótesis:

Hipótesis 3: En países en desarrollo con alto grado de informalidad, a menor miedo al fracaso del individuo, mayor es la probabilidad de ser emprendedor informal.

4.4.-Análisis empírico

4.4.1.- Muestra

Los datos utilizados en este estudio corresponden a los resultados de la Encuesta de Población Adulta (EPA) desde el 2012 al 2016 del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), del programa de investigación del Perú. El cuestionario GEM es una encuesta sobre emprendimiento que permite que los encuestados sean clasificados como nacientes, nuevos y establecidos; permitiendo con esta clasificación, que se investiguen las cuestiones claves relativas a la formación y continuación emprendedora (Johnson et al., 2006).

Las respuestas a las preguntas son dicotómicas, Si (1) y No (2), por lo cual, las pruebas estadísticas son limitadas; aun así, existe abundante literatura respecto el uso de la data del GEM para obtener resultados empíricos. (Véase Bosma, 2013; Alvarez, Urbano y Amorós, 2014; entre otros).

Tabla 4.1. Cantidad total de encuestados por año

Año	Muestra	Encuestados
2012	406	2,071
2013	577	2,075
2014	795	2,078
2015	568	2,078
2016	591	2,080
Total general	2,937	10,382

Como se puede apreciar, en la Tabla 4.1 se muestran el total de encuestados por cada año y la cantidad de encuestados considerados en el presente trabajo como muestra.

4.4.2.- Variables

A continuación se describen las variables utilizadas en el análisis empírico.

Variable dependiente

Emprendedor informal. Para esta variable usamos la pregunta de la encuesta EPA - GEM recién incluida en el año 2012. La pregunta: ¿Ha registrado su negocio o se ha dado de alta como autónomo en el Registro oficial de la SUNAT⁴? Para efectos del presente estudio, sólo se ha considerado como muestra de análisis, la cantidad de individuos que contestaron la pregunta antes mencionada y presentada en la Tabla 4.2., la misma que, según el cuestionario, sólo se pregunta a los emprendedores detectados en la encuesta, sean estos nacientes, nuevos o establecidos.

⁴ SUNAT: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, ente donde se registran todas las personas naturales y jurídicas en el Perú para pagar sus impuestos correspondientes. Al momento de registrarse, obtienen su Registro Único de Contribuyente – RUC.

Tabla 4.2. Pregunta GEM referida al registro de la SUNAT

Pregunta	SI	NO
¿Ha registrado su negocio o se ha dado de alta como autónomo en el Registro oficial de la SUNAT?	1	2

Como se puede observar, la pregunta está dirigida al registro del negocio en la SUNAT, por lo que no registrar un negocio ante esta entidad se declara como informal. (Gërxhani, 2004; Klapper et al.2007; Nyström, 2008; Webb et al. 2009). Así, si el emprendedor responde afirmativamente a la pregunta se considera que es un emprendedor formal, mientras que si la respuesta es negativa se identifica al individuo como emprendedor informal. A efectos de operacionalización de la variable, la respuesta positiva (emprendedor formal) ha sido codificada como 0; y la respuesta negativa (emprendedor informal) ha sido codificada como 1. En la tabla 4.3. se muestra cómo la variable dependiente ha sido codificada.

Tabla 4.3. Variable dependiente: emprendedor informal

Respuesta a la pregunta de registro	Para efectos de la Regresión Logística
Si = 1 (formal)	0 = Formal
No = 2 (informal)	1 = Informal

En la Tabla 4.4. se muestran las frecuencias de respuestas respecto de la pregunta si su negocio está registrada ante la SUNAT.

Tabla 4.4. Frecuencia de respuesta al registro de la SUNAT

¿Registra su negocio en la SUNAT?	Código	Frecuencia	Porcentaje válido
Registra	0	760	25.88%
No registra	1	2177	74.12%
	Total	2937	100.00%

Variables independientes

Las variables independientes son las de percepciones cognitivas individuales detectadas mediante los cuestionarios del GEM, así tenemos:

Referente cercano. Variable dicotómica que toma el valor 1, si la persona encuestada responde que conoce a alguna persona que puso un negocio en los últimos 2 años.

Autoeficacia. Variable dicotómica que toma el valor de 1, si la persona encuestada responde que cuenta con los conocimientos, habilidades y experiencias necesarias para poner un nuevo negocio.

Miedo al fracaso. Variable dicotómica que toma el valor de 1, si la persona encuestada responde si su miedo al fracaso, sería un impedimento para poner un nuevo negocio.

En la tabla 4.5. se describen las preguntas GEM referidas a las variables antes descritas.

Los números I1, I3 y I4, corresponden al orden de las preguntas, dispuesto en el cuestionario utilizado en campo, para la encuesta EPA - GEM.

Tabla 4.5. Pregunta GEM referida a las percepciones cognitivas

Percepción Cognitiva	Preguntas		SI	NO
Referente cercano	I1	¿Conoce personalmente a alguien que puso en marcha un negocio en los últimos dos años?	1	0
Autoeficacia	I3	¿Tiene usted los conocimientos, habilidades y experiencia requerida para la puesta en marcha de un nuevo negocio?	1	0
Miedo al fracaso	I4	¿Sería en su caso, el miedo al fracaso un obstáculo para poner en marcha un negocio?	1	0

Variables de control

En el presente estudio, se han considerado a las diferentes variables sociodemográficas, tales como género, edad, nivel de educación, ingresos y ocupación, como variables de control; considerando que existe literatura que relaciona las variables antes mencionadas con el emprendimiento informal. (Loayza 2008; Perry et al 2007; Williams y Yourself, 2013), a continuación se hace un desarrollo teórico de cada una de las variables antes mencionadas.

Género. Con respecto al género, la literatura es variada en relación a cual género es el más influyente en el emprendimiento informal. Por ello, Gurtoo y Williams (2009) estiman que el 60% en los países en desarrollo son mujeres trabajadoras, con tasas de autoempleo altas en diferentes regiones, por ejemplo, 70% en el África subsahariana, 62% en África del Norte, 60% en América Latina y 59% en Asia. Por otro lado, se encontraron diferencias de género en la selección del empleo formal o informal en Nicaragua (Pisani y Pagan, 2004). De un estudio de género en Brasil, se encontró que el mayor número de emprendedores informales eran hombres (Williams y Youssef, 2013). Siguiendo un estudio realizado por el Reino Unido, Williams y Martínez (2014) encontraron que el 22% de los hombres y el 13% de las mujeres propietarias de pequeñas empresas informaron que iniciaron su negocio de manera informal.

Edad. Se ha comprobado que la edad es un factor moderador con respecto al grado de informalidad de una empresa. Las empresas menos formalizadas tienden a ser operadas por empresarios de bajos ingresos, jóvenes y menos educados. (Williams y Shahid, 2016; Eijdenberg, 2016). Existe también evidencia, donde un emprendedor más joven parecía ser un factor contribuyente en el fracaso de la empresa (Mas-Tur et al., 2015).

Educación. Chen, Su y Wu (2012) encontraron que los niveles de educación superior ayudan a un emprendedor a comenzar y continuar su negocio, e influye en sus

percepciones de riesgo. Se ha encontrado que el nivel educativo de un emprendedor informal influye en el fracaso empresarial (Mas-Tur et al., 2015), los niveles más altos educativos están asociados positivamente con una preferencia por formalizar (Babbitt, Brown y Mazaheri, 2015).

Ocupación e Ingresos. Cuando existen pocas oportunidades de empleo y por ende sobreoferta de manos de obra, existen mayores condiciones para incrementar el emprendimiento informal (Loayza, 2008; Perry et al. 2007). En las economías en desarrollo, los individuos y las familias hacen su estudio costo-beneficio de ser formales y pagar impuestos, pero al no percibir los beneficios del estado, como es el caso de los servicios públicos, deciden ingresar o quedarse en la informalidad (Perry et al, 2007; Schneider y Enste, 2013; Webb et al., 2013). Maloney (2004) en su estudio del empleo y la informalidad en Argentina, Brasil y Méjico, encuentra que una de las características principales en estos países, es el autoempleo informal, con tasas bastante elevadas, siendo su principal impulsor, la comparación entre los beneficios e ingresos de ser un empleado formal que un auto-empleado en el sector informal, teniendo como uno de los principales referentes, el salario mínimo en estos tres países.

Para poder obtener una caracterización de los individuos encuestados como variables categóricas, se ha efectuado una recodificación de la información socio-demográfica de los últimos años. Se muestra en la Tabla 4.6. un resumen de las variables incluidas en el análisis.

Tabla 4.6. Descripción de las variables socio-demográficas

Detalle	Codificación original	Codificación final
Género	0 = Mujer 1 = Varón	0 = Mujer 1 = Varón
Edad	(Número)	(Número)
Nivel de Educación	1 = Ninguno 2 = Primaria incompleta 3 = Primaria completa 4 = Secundaria incompleta 5 = Secundaria completa 6 = Técnico incompleto 7 = Técnico completo 8 = Universitaria incompleta 9 = Universitaria completa 10=Postgrado: estudios, educación continua 11=Postgrado: maestría o doctorado	1 = Hasta secundaria (1,2,3,4,5) 2 = Intermedio (6,7,8) 3 = Superior (9,10,11)
Ocupación	1 = Tiempo completo 2 = Tiempo parcial 3 = Retirado 4 = Ama de casa 5 = Estudiante 6 = No trabaja, otro 7 = Auto-empleado	1 = Tiempo completo, tiempo parcial y autoempleo (1,2,7) 2 = No trabaja (4,6) 3 = Retirado y estudiante (3,5)
Ingresos	1 = Tercio Inferior 2 = Tercio Medio 3 = Tercio Superior	1 = Tercio Inferior 2 = Tercio Medio 3 = Tercio Superior

En la Tabla 4.7. se muestran los estadísticos descriptivos de las variables a estudiar y sus niveles de respuesta.

Tabla 4.7. Valores descriptivos de las variables

Variable	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación Estándar
Emprendedor informal	2937	0	1	0.741	0.438
Género	2937	0	1	0.549	0.498
Edad	2901	18	64	37.552	11.985
Nivel de Educación	2937	1	3	1.526	0.721
Ocupación	2652	1	3	1.273	0.518
Ingresos	2937	1	4	1.446	0.661
Modelo de rol	2905	0	1	0.606	0.489
Autoeficacia	2856	0	1	0.838	0.369
Miedo al fracaso	2803	0	1	0.260	0.439

Tabla 4.8. Variación de la edad en la muestra

Edad	Percentil acumulado
28	25 %
36	50 %
46	75 %
64	100 %

4.4.3.- Metodología

Para contrastar las hipótesis planteadas y dada la característica categórica de la variable dependiente, se ha estimado una regresión logística binaria, también conocida como Logit, que por lo general es bastante usada en investigaciones utilizando las bases de datos del GEM (Alvarez, Urbano y Amoros, 2014).

Los análisis empíricos se han efectuado en cuatro modelos de regresión logística. El Modelo I, consideran como variable dependiente al emprendedor informal e incluye las variables de control: el género, la edad, el nivel de educación, el ingreso y la ocupación, cuyos valores han sido recogidos de la encuesta GEM. El Modelo II, recoge las mismas variables de control del Modelo I, manteniendo como variable dependiente el emprendimiento informal y se suman las variables independientes consideradas en el planteamiento de las hipótesis, es decir, las percepciones cognitivas individuales, tales como: el referente cercano, la autoeficacia y el miedo al fracaso. Para probar la hipótesis 1, se toman dos submuestras, los menores o iguales a 36 años que corresponden al 50% de la muestra y los mayores de 36 años, tal como se muestra en la Tabla 4.8. Los modelos III y IV recogen las dos submuestras. Esto es consistente con otros estudios que han comparado submuestras (Husted, Montiel y Christmann, 2016; Mata y Portugal, 2015). En nuestro caso, diferenciamos los jóvenes de los mayores, porque consideramos que la influencia del referente cercano tendrá efectos distintos en cada grupo de edad.

Como lo hemos mencionado, se utilizará la regresión logística binaria o Logit, que en términos estadísticos se puede expresar de la siguiente manera:

$$P_i = \frac{1}{1 + e^{-(\alpha_o + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \dots + \beta_n X_{ni})}}$$

Donde P_i , es la probabilidad que suceda el evento del sujeto i , en este caso, la probabilidad de ser emprendedor informal.

Para el Modelo I, de donde se consideran las variables sociodemográficas, tenemos:

$$\begin{aligned} \text{Prob (Emprendedor informal) } i = & \alpha_{0i} + \beta_{1i} (\text{género}) \\ & + \beta_{2i} (\text{edad}) \\ & + \beta_{3i} (\text{nivel de educación}) \\ & + \beta_{4i} (\text{ocupación}) \\ & + \beta_{5i} (\text{ingresos}) + \epsilon_i \end{aligned}$$

Donde α_o es la constante, β es el vector de coeficientes y ϵ es el término del error.

Para el Modelo II, III y IV, donde se probaran las hipótesis, tenemos:

$$\begin{aligned} \text{Prob (Emprendedor informal) } i = & \alpha_{0i} + \beta_{1i} (\text{género}) \\ & + \beta_{2i} (\text{edad}) \\ & + \beta_{3i} (\text{nivel de educación}) \\ & + \beta_{4i} (\text{ocupación}) \\ & + \beta_{5i} (\text{ingresos}) \\ & + \beta_{6i} (\text{referente cercano}) \\ & + \beta_{7i} (\text{autoeficacia}) \\ & + \beta_{8i} (\text{miedo al fracaso}) + \epsilon_i \end{aligned}$$

Donde α_o es la constante, β es el vector de coeficientes y ϵ es el término del error.

4.5.-Resultados

A continuación, en la Tabla 4.9., se muestra la matriz de correlaciones de las diferentes variables, tanto la dependiente como las independientes y de control. Asimismo para comprobar la posible existencia de multicolinealidad entre las variables se realiza el test del factor de inflación de la varianza (VIF). Los valores individuales mayores a diez indican problemas de multicolinealidad, así como un valor medio del VIF superior a seis. Los valores presentados en la Tabla 4.9., muestran que no existe ningún problema de multicolinealidad en los modelos utilizados.

Tabla 4.9. Matriz de correlaciones

Variable	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]	[8]	[9]	VIF ¹	VIF ²	VIF ³	VIF ⁴
[1] Informal	1												
[2] Género	-0.1338***	1								1.05	1.06	1.06	1.05
[3] Edad	-0.0720***	0.0502***	1							1.05	1.06	1.09	1.03
[4] Educación	-0.2049***	0.0949***	-0.0677***	1						2.24	2.22	2.53	1.93
[5] Ocupación	0.0728***	-0.1692***	-0.1067***	-0.0465	1					1.06	1.07	1.11	1.06
[6] Ingreso	-0.1188***	0.044**	0.01	0.1511***	-0.1411*	1				1.09	1.09	1.09	1.11
[7] Referente cercano	-0.0652***	0.0503***	-0.0526***	0.1515***	0.0084	0.0329*	1				1.05	1.05	1.06
[8] Autoeficacia	-0.0598***	-0.02	-0.0274	0.0882***	0.0046	0.0699***	0.1006***	1			1.06	1.06	1.06
[9] Miedo al fracaso	0.0414**	-0.0453**	0.0346*	-0.0687***	0.0321	-0.0380**	-0.0362*	-0.1662***	1		1.04	1.05	1.05
VIF medio										1.30	1.21	1.25	1.17

¹ Modelo I; ² Modelo II; ³ Modelo III; ⁴ Modelo IV

Nota: *p<0.10, **p<0.05, ***p<0.001

En la Tabla 4.10. se presentan los resultados de las regresiones logísticas realizadas.

Tabla 4.10. Resultados

Variables predictoras	Modelo I		Modelo II		Modelo III ≤ 36 años		Modelo IV > 36 años	
	Coefficiente (B)	Exp(B)	Coefficiente (B)	Exp(B)	Coefficiente (B)	Exp(B)	Coefficiente (B)	Exp(B)
Constante	0.64***	1.89	0.57**	1.77	1.63***	5.09	0.16***	1.18
Genero	0.54***	1.72	0.59***	1.80	0.59***	1.81	0.59***	1.81
Edad	-0.01***	0.99	-0.02***	0.98	-0.06***	0.94	-0.00	1.00
<u>Educación</u>								
Educación(1)	1.15***	3.17	1.05***	2.85	0.99***	2.69	1.05***	2.86
Educación(2)	0.60***	1.82	0.60***	1.83	0.64***	1.89	0.44**	1.56
<u>Ocupación</u>								
Ocupación(2)	0.07	1.07	0.04	1.04	0.15	1.16	-0.08	0.93
Ocupación(3)	0.42	1.52	0.34	1.40	0.27	1.32	-0.32	0.73
<u>Ingresos</u>								
Ingresos(2)	-0.15	0.86	-0.17	0.85	-0.02	0.98	-0.29*	0.75
Ingresos(3)	-0.63***	0.53	-0.57***	0.56	-0.70***	0.50	-0.44**	0.64
<u>Cogniciones individuales</u>								
Referente cercano			0.16	1.17	0.42***	1.52	-0.06	0.95
Autoeficacia			0.38**	1.47	0.56**	1.76	0.26	1.30
Miedo al fracaso			0.03	1.03	0.25	1.28	-0.00	0.89
Observaciones	2,627		2,444		1,219		1,225	

Nota: * $p < 0.10$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.001$

Los coeficientes estimados del modelo II nos permite ofrecer evidencia empírica a una de las hipótesis de estudio. Encontramos que el coeficiente estimado de *Autoeficacia* es positivo y significativo, lo que nos indica que a mayor nivel de autoeficacia del individuo, mayor probabilidad de que el individuo encuestado sea un emprendedor informal en línea con lo postulado en la hipótesis 2. Para el caso de la hipótesis 1, el coeficiente del *Referente cercano* no es significativo para el total de la muestra en el Modelo II. En el caso del Modelo III, el coeficiente estimado para el *Referente cercano* es positivo y significativo, lo que nos indica que los jóvenes, en este caso menores a 36 años, que conocen a un referente cercano como modelo a seguir, tienen más probabilidades que sean emprendedores informales. El Modelo IV nos

muestra que en los emprendedores mayores de 36 años ninguna percepción cognitiva es significativa. Para el caso de la variable *Miedo al fracaso*, no es significativo en ningún modelo, por lo que no tiene efecto en las probabilidades de ser emprendedor informal, no encontrándose soporte empírico para la hipótesis 3.

En relación a las variables de control, encontramos que el coeficiente estimado de *Género*, es positivo y significativo, indicando que los hombres tienen más probabilidades de ser emprendedores informales que las mujeres; mientras que el coeficiente estimado para la *Edad* es negativo y significativo, lo que indica que a mayor edad menor probabilidad de ser emprendedor informal. En cuanto a la *Educación*, los coeficientes para los niveles inferiores y superiores de educación son positivos y significativos, lo que indica que los individuos con ambos niveles de educación, tienen probabilidades de ser emprendedores informales. Los coeficientes de *Ocupación* son positivos y no significativos para los dos niveles presentados; en el primer nivel se encuentran los trabajadores a tiempo parcial, tiempo completo y los autoempleados; en el segundo nivel las amas de casa y sin trabajo; en el tercer nivel están los retirados y estudiantes. Los resultados indican que en estos grupos, disminuyen las probabilidades que los individuos encuestados opten por ser emprendedores informales. Por último, los coeficientes de los *Ingresos*, son negativos y significativos para el nivel superior de ingresos, lo cual indica que los individuos con mayores ingresos tienen menos probabilidades de ser emprendedores informales.

4.5.1. Prueba de robustez

En la Tabla 4.11. se muestran los resultados de las pruebas de robustez requeridas para las regresiones logísticas que han sido realizadas para los modelos I, II, III y IV.

Tabla 4.11. Ajustes de los modelos

Prueba	Modelo I	Modelo II	Modelo III	Modelo IV
Omnibus (sig.)	0.000	0.000	0.000	0.000
R cuadrado de Cox y Snell	0.069	0.072	0.09	0.067
R cuadrado de Nagelkerke	0.105	0.104	0.134	0.095
Hosmer-Lemeshow (sig.)	0.896	0.658	0.725	0.591
Porcentaje correcto	73.6	73.0	75.8	70.1

La prueba de Hosmer-Lemeshow es comúnmente utilizada para evaluar la bondad de ajuste en la regresión logística. Como cualquier prueba estadística, la potencia de la prueba aumenta con el tamaño de la muestra; en los conjuntos de datos muy grandes, las pequeñas desviaciones del modelo propuesto pueden ser significativas o no, asimismo el número de grupos utilizados pueden influir en el poder de la prueba. (Prabasaj et al., 2012).

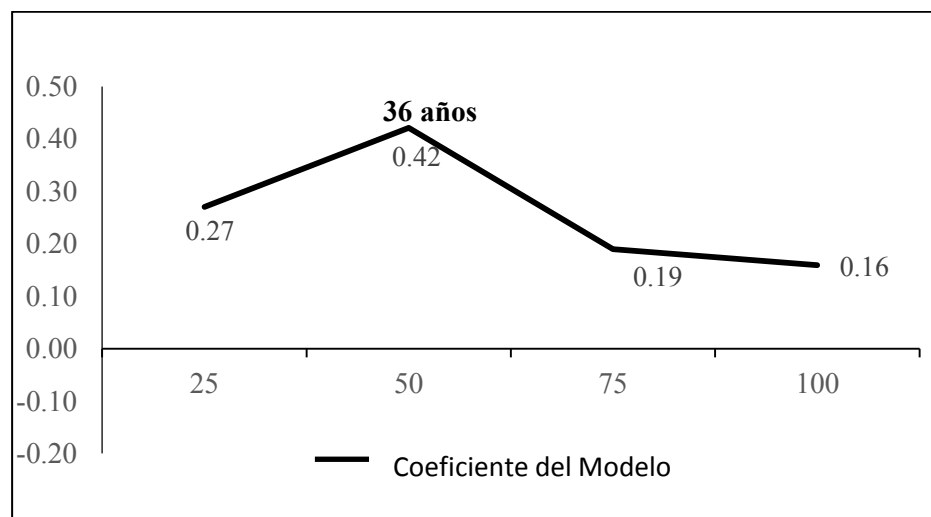
En la Tabla 4.12 y la Figura 4.2., se muestra la variación de los valores del coeficiente del modelo de rol en la regresión logística, considerando a su vez un intervalo a un 95% de confianza, con los límites inferiores y superiores. Se puede observar que el coeficiente toma su valor máximo en el percentil de 50% que corresponde a los 36 años de edad de la muestra de encuestados. Por debajo de los 36 años el coeficiente es positivo y con pendiente creciente, lo cual nos dice que al incrementarse el coeficiente se incrementan las probabilidades en la regresión logística, en este caso, ser emprendedor informal de conocer un referente cercano. Todo lo contrario sucede al pasar los 36 años, el coeficiente es positivo pero con pendiente

negativa, lo cual nos dice que a mayor edad menos probabilidades que sea un emprendedor informal de conocer un referente cercano.

Tabla 4.12. Valores del coeficiente del referente cercano

Edad	Percentil	B_Modelo de Rol	Límite inferior	Límite superior
28	25	0.270	-0.194	0.734
36	50	0.421	0.121	0.721
46	75	0.189	-0.041	0.420
64	100	0.159	-0.038	0.356

Figura 4.2. Variación del coeficiente del referente cercano



4.6.-Discusión

Las percepciones cognitivas se han relacionado con la identificación de oportunidades, la disponibilidad de recursos y habilidades que permiten a las personas entrar y mantener iniciativas de negocios (Arenius y Minniti, 2005). En este estudio, investigamos el papel de las percepciones cognitivas en relación con el emprendimiento informal. Se estima que la economía informal del Perú es bastante elevada en términos

de proporción del PBI (Schneider et al., 2010). El análisis de los datos de la Tabla 4.4. lo confirma, a través de la frecuencia de respuestas a la pregunta: “¿Registra su negocio en la SUNAT?”, del total de encuestados de la muestra, un 74.12% respondió que no registra, los cuales pueden ser considerados como emprendedores informales.

En la regresión logística del Modelo II, las variables de percepción cognitiva personal fueron consideradas como predictoras, además de las variables demográficas mencionadas anteriormente como variables de control. En este modelo donde se ha tomado toda la muestra de los últimos cinco años, sólo la segunda cognición individual, la autoeficacia resulta significativa en la regresión logística, consideramos que este resultado va en la línea de Chen et al. (1998), el cual menciona que los individuos con alta autoeficacia emprendedora pueden ver el entorno empresarial más favorablemente que un individuo con menor autoeficacia y pueden sentirse más seguros de tratar con problemas y complejidades del negocio, anticipándose a los resultados de sus decisiones de una manera más favorable. En el caso de los emprendedores informales, estos se enfrentan a las barreras vinculadas por el exceso de regulación para su formalización (De soto, 1989), así como a los diferentes obstáculos que presenta una economía informal, tales como la burocracia, la corrupción y los entornos legales débiles (Friedman et al., 2000), en adición a la dificultad de acceder al crédito (Webb et al., 2013). En ese contexto, los resultados obtenidos, indican que una mayor autoeficacia hace que el emprendedor se sienta más seguro de sí mismo para afrontar y superar las dificultades y retos antes mencionados y por tanto, más dispuesto a ser emprendedor informal.

Los resultados del referente cercano y la edad nos permiten concluir que los jóvenes que conocen un referente cercano, tienen más probabilidades de ser emprendedores informales, en el contexto de una economía en desarrollo y con altos

índices de informalidad como es el caso de la economía peruana. Consideramos que este hallazgo es un aporte al estudio del emprendimiento, pues hasta ahora, la importancia de los modelos a seguir en el emprendimiento, se han estudiado ampliamente (Bosma et al., 2012; Chlosta et al., 2012; Fornahl, 2003; Kacperczyk, 2013; Lafuente et al., 2007; Malecki, 2009; Minniti, 2005). Pero en contextos del emprendimiento en general.

Como tal, consideramos importante profundizar más estos resultados, pues el emprendedor informal se iniciaría siendo muy joven, como receptor de un referente cercano de su entorno, del cual aprende y a su vez le sirve como guía en las diferentes etapas del emprendimiento. Este entorno, es muy probable que se inicie en la propia familia o vecindario. Con estas características podría establecerse políticas para identificar las zonas o lugares donde se inicia el emprendimiento informal y efectuar los diagnósticos específicos así como sus planes de acción.

Los resultados para miedo al fracaso no son significativos. Como se indica en la literatura, el miedo al fracaso es un factor que influye en no iniciar los emprendimientos y es probable que los que tengan umbrales de riesgo más bajos no emprendan. Dado que la muestra es predominante en aquellos con niveles educativos e ingresos más bajos, se puede plantear que los negocios emprendidos tienen menor probabilidad de ser riesgosos y, por lo tanto, el miedo al fracaso es estructuralmente menor o nulo. El emprendimiento informal en el Perú suele asociarse con pequeños negocios (Bird, 2013; Parnell, 2008) donde el riesgo de fracaso puede ser manejado por aquellos con menos habilidades y con toda probabilidad seguirá siendo informal debido a que el emprendedor no tiene suficiente educación o habilidades para gestionar las tareas más complejas relacionadas con el funcionamiento de un negocio formal (Jiménez et al., 2015). El alto número de negocios informales de Perú se atribuye en parte a la debilidad de sus instituciones formales en el cumplimiento de las normas comerciales y fiscales

(Loayza, 2008). Acoplando esta debilidad con el gran número de entidades informales también podría influenciar en la no significatividad de la percepción del miedo al fracaso.

4.7.-Conclusión

Esta investigación contribuye a la literatura con evidencia empírica sobre la influencia de las percepciones cognitivas individuales sobre el emprendimiento informal. Específicamente, investigamos el papel de las variables perceptuales en el emprendimiento informal en una economía que experimenta altas tasas de informalidad. A través de la agregación de datos de cinco años de la encuesta GEM peruana, pudimos analizar un conjunto de datos significativos mediante regresión logística para determinar la significatividad de variables perceptuales que se han reconocido como importantes para la concepción, formación y continuación de un negocio emprendedor, en este caso informal.

Los resultados también proporcionan una visión de los efectos de las variables perceptuales en el emprendimiento informal. La primera cognición individual que resulta significativa es la autoeficacia, consideramos que los emprendedores informales se enfrentan a problemas y complejidades de una economía informal como la burocracia, la corrupción y el no cumplimiento de normas, por lo que su alta autoeficacia hace que se sientan seguros de poder superarlos y por ende emprender informalmente. Adicionalmente, consideramos que es influenciado por el referente cercano, brindándole confianza, habilidades y conocimiento, particularmente en las primeras etapas del emprendimiento.

La segunda variable perceptual que resulta significativa para los emprendedores informales es el referente cercano, con la característica que su influencia es mayormente recibida por los jóvenes emprendedores; en el contexto en donde el Perú tiene altas tasas de informalidad, lo más probable es que el modelo a seguir del joven emprendedor también sea informal y dada la particularidad de la pregunta del cuestionario EPA-GEM, éste posiblemente sea un familiar o una amistad cercana a él.

El miedo al fracaso no resultó significativo, lo cual, siguiendo el contexto de los altos índices de informalidad en el Perú y de los resultados previos, con referentes muy cercanos del cual aprenden, los emprendedores informales tienen una alta confianza en sí mismos y por ende una alta autoeficacia, con un miedo al fracaso, que al parecer no discrimina entre emprender de manera informal o formal.

Las variables demográficas utilizadas en el análisis empírico dan una caracterización de los emprendedores informales en Perú, así tenemos que los hombres, jóvenes, poco educados y con menores ingresos, tienen mayores probabilidades de convertirse en emprendedores informales.

Los resultados presentados aquí sugieren mayor investigación. Dado que los datos provienen de una encuesta universal, como es el proyecto GEM, por lo que puede ser replicado en otras economías con tasas de informalidad altas o medias para determinar la universalidad de estos hallazgos. Además, como el fenómeno del emprendimiento informal tiene diferentes aristas, se podrían llevar a cabo más investigaciones para replicar algunos de los estudios mencionados aquí en el contexto de la informalidad. Esto ayudaría a profundizar aún más la literatura emergente sobre los determinantes y motivaciones que impulsan el emprendimiento informal, lo que conduce a una mejor formulación de políticas.

El alto índice de informalidad encontrado en este trabajo, respaldaría el enfoque de intervenciones del gobierno peruano para prevenir el inicio de empresas informales y formalizar aquellas que ya operan. Sin embargo, estas medidas parecen tener poco efecto, y las tasas siguen siendo altas. Una estrategia podría ser centrarse más en nuevas políticas de registro de empresas, cuyo impulso puede ser apoyado por un acceso más fácil a la formación de habilidades y reducir aún más los impactos y costos de la regulación.

Si, como se muestra aquí, los determinantes están fuertemente influenciados por las variables perceptivas, la reforma institucional o reguladora tendrá un débil efecto en las condiciones perceptuales y socioculturales, ya que éstas son más lentas de cambiar (Minniti y Nardone, 2007). Por lo cual, nos atrevemos a sugerir, que en el Perú, para disminuir el alto índice de emprendimiento informal, se deberían establecer políticas a mediano y largo plazo, que incluyan principalmente, mayores niveles de educación, generación de empleo calificado, facilidades y simplificación en los mecanismos de formalización, reforzamiento de las instituciones y posiblemente un cambio cultural, orientado al cumplimiento de normas y reglas, para que los emprendedores informales, piensen diferente y que sus modelos a seguir sean verdaderos ejemplos de empresarios, ayudando a crecer el emprendimiento formal.

Capítulo 5.-La cultura y el emprendimiento informal

5.1.- Introducción

Durante muchos años se ha estudiado la influencia de la cultura sobre los diferentes temas de la gestión empresarial, especialmente en lo que respecta a la internacionalización y las estrategias de entrada en nuevos mercados o la simple creación de nuevas empresas (Kogout y Singh, 1988; Shane, 1993; Shane 1994; Freytag y Thurik, 2010). Desde que Hofstede (1980) desarrolló la teoría de la medición de la cultura, muchos de los investigadores han aplicado este marco para comparar los países y estudiar la influencia de la cultura. Otros investigadores, sin embargo, han mirado dentro del país y encontraron una variación cultural (Kanungo y Bhatnagar, 1978; Tung et al, 2008), llevándonos a sugerir la necesidad de más estudios de este fenómeno (McGrath y McMilan, 1992; Davidsson y Wiklund 1997; Audretsch et al., 2010). Aunque hay varios estudios sobre la relación entre cultura y emprendimiento (Hayton et al., 2002; Suddle et al, 2010), varios autores consideran que este campo está todavía en desarrollo (George y Zahra, 2002; Engelen et al., 2009; Thornton et al., 2011; Laskovaia, et al., 2017).

El desarrollo de los sectores empresariales y del emprendimiento de un país tiende a basarse en políticas de apoyo regidas por los determinantes económicos, normativos y culturales dominantes de un país (Freytag y Thurik, 2010). La cultura de un país influirá en cómo una empresa se comunicará y negociará con sus trabajadores, consumidores e interesados (Bargiela-Chiappini y Nickerson, 2003). De la misma manera, la cultura afecta los procesos de confianza (Doney, Cannon, y Mullen, 1998), como las relaciones de confianza entre personas de culturas diferentes, pueden ser diferentes entre personas de la misma cultura (Huff y Kelley, 2003).

Los efectos de la cultura se encuentran en la negociación comercial y las relaciones comerciales, que pueden ser bastante diferentes entre países y también dentro de las regiones de un país (Strong y Weber, 1998). La cultura juega un papel en cómo se desarrollan los conflictos entre las personas (Cai y Fink, 2002), por ejemplo, algunas culturas menos propensas a participar en comportamientos de conflicto con aquellos con su propio grupo o país (Elahee, Kirby y Nasif, 2002). La política empresarial influenciada por la visión cultural dominante de un país también puede tener efectos diferentes para diferentes grupos, al requerir que se ajusten a modelos y supuestos económicos que pueden no ser culturalmente relevantes (Peredo y McLean, 2013). Si bien estos efectos e influencias culturales son conocidos por los negocios y el emprendimiento, poco se sabe del papel que juega la cultura en la formación y la continuación de las empresas informales, lo cual aparece todavía es incipiente en la literatura. Thai y Turkina (2013; 2014) evaluaron el emprendimiento formal e informal en diferentes países, encontrando un patrón distinto de atributos culturales y sus influencias sobre la informalidad. Estos resultados se determinaron principalmente a partir del uso de valores para medir la cultura. Este es un método que tuvo como pionero a Hofstede (1980) y posteriormente aplicado por Schwartz (1994) y el *World Values Survey (WVS)*, proyecto para desarrollar una serie de constructos dimensionales que se utilizan para explicar las creencias y comportamientos dentro de las sociedades. Este artículo pretende encontrar la influencia socio - cultural dentro de un país, en el emprendimiento informal.

En este artículo utilizamos la versión corta de las preguntas de Schwartz (1994), tomadas de la Encuesta Mundial de Valores (WVS) como un medio para medir las culturas nacionales y regionales del Perú y proporcionar un análisis del papel de la

cultura con respecto al emprendimiento informal. La encuesta del *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), permite realizar investigaciones a nivel micro empresarial y a nivel local en sus rondas de encuestas mediante la adición de algunas preguntas adicionales (Klyver, 2008). Así, en los datos de la encuesta GEM Perú del 2016, se incluyó diez preguntas culturales de Schwartz (1994), mientras que los datos socioculturales se recopilaron utilizando las preguntas GEM existentes que pueden usarse para determinar la conveniencia relativa y el estatus emprendedor dentro de un país.

El análisis empírico se ha dividido en dos partes, pues para efectos de determinar la influencia cognitiva sociocultural en el emprendimiento informal, se consideraron los resultados de las encuestas EPA del GEM desde el año 2012 al 2016 y para determinar el efecto de la cultura en el emprendimiento informal, medida con una de las dimensiones de Schwartz (1994) incluida en el cuestionario GEM, se utilizó solo los resultados del 2016.

La segunda sección consiste en una revisión de la literatura, en donde se desarrolla la determinación de la cultura a través de los valores, resaltándose las diferencias y similitudes de los diferentes autores de los modelos, como Hofstede (1980), Schwartz (1994) y Inglehart (1997), luego se desarrolla la revisión de la literatura con la cultura dentro de los países, la cultura y el emprendimiento, para culminar, con la cultura y el emprendimiento informal. La sección tres presenta el planteamiento de las hipótesis y la sección cuatro presenta el análisis empírico que incluye la muestra, variables y metodología empleada; a través de regresión logística se evalúa el efecto de la percepción cognitiva sociocultural del estatus y el emprendimiento informal; mediante otra regresión logística se muestra el efecto de la dimensión de

Arraigo de Schwartz (2004) en el emprendimiento informal. En la sección cinco se presentan los resultados obtenidos y finalmente en la sección seis y siete se presentan la discusión y conclusión respectivamente.

5.2. Revisión de literatura

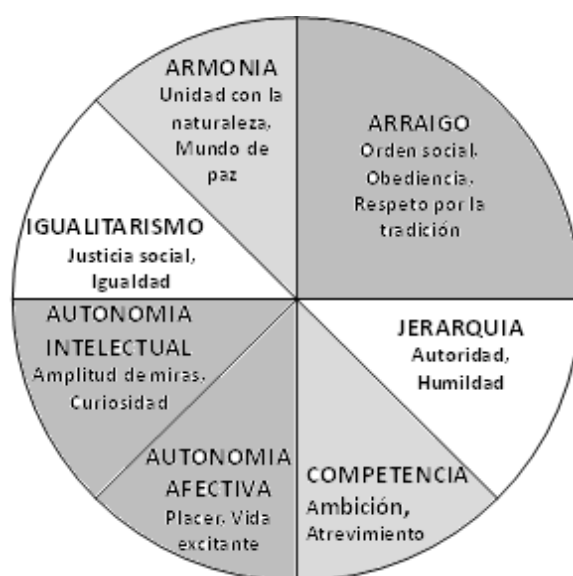
Determinando la cultura a través de los valores

Una de las dificultades de la investigación cultural es la falta de una definición precisa que todo el mundo entienda (McGrath et al., 1992). Los antropólogos sugieren que la cultura tiene que ver con las formas en que las sociedades organizan el comportamiento social y el conocimiento (Hall, 1973). Según Hofstede (1980), los valores culturales se definen como la programación colectiva de la mente que distingue a los miembros de un grupo humano de otro con sus respectivas respuestas a sus entornos. Esto es similar a la visión de Triandis (2000, p.223), donde se menciona que la cultura de una sociedad son las creencias, valores y comportamientos que han “trabajado en la experiencia de un grupo de personas, para que se transmita a las generaciones futuras” o Meglino y Ravlin (1998), con una perspectiva de que los valores culturales son las creencias personales de un individuo que influyen en su comportamiento dentro de sus entornos sociales. Estos valores y comportamientos consisten en las prácticas sociales, las normas, los rituales y las creencias sociales de una sociedad que se imprimen a través de "un único lenguaje dominante, sistema educativo, ejército y sistema político y medios de comunicación compartidos, mercados, servicios y símbolos nacionales" (Schwartz, 1999, p. 25) y transmitidos por agentes dentro de la cultura como los padres, familias, maestros, instituciones sociales y lugares de trabajo (Matasumoto y Yoo, 2006). Como tales, estos valores se consideran relativamente estables, pero cambian lentamente (Hofstede, 1980), aunque el ritmo y los

factores de cambio parecen variables (Taras et al., 2009). Así, los enfoques para conceptualizar y medir la cultura no son perfectos (Tung y Verbeke, 2010). Los conceptos se entienden usualmente como constructos de nivel de grupo compartidos y desarrollados a través de la agregación de medidas individuales y derivados a través de métodos estadísticos (Caprar et al., 2015). Esta técnica ha creado una serie de modelos dimensionales que reflejan el comportamiento de los individuos e incluyen el modelo de cuatro dimensiones de Hofstede (1980), el modelo de valores tridimensionales bipolares de Schwartz (1999) y el modelo bidimensional de Inglehart (1997). Estos modelos utilizan valores para entender las metas y motivaciones colectivas de un grupo que reflejan comportamientos grupales y permiten clasificaciones o clasificaciones de diversas naciones en términos de sus posiciones sobre dimensiones culturales. En el primer estudio de este tipo, Hofstede (1980) muestra que la cultura se manifiesta de varias maneras y cómo sus valores a nivel individual o social crean una cultura nacional. Según la opinión de Hofstede (1980), las diferencias culturales entre las sociedades pueden reducirse a cuatro dimensiones cuantificables: individualismo / colectivismo, evitación de la incertidumbre, masculinidad / feminidad y distancia de poder. Más tarde, en 1991, Hofstede añadió una quinta dimensión, la orientación de una cultura a largo o corto plazo.

El modelo de Schwartz establece un sistema universal de valores que guían el comportamiento humano, definido a partir de valores individuales promediados (Schwartz 1994). Los contextos culturales de las instituciones sociales y sus acciones actúan para seleccionar y priorizar algunos valores sobre otros, llevando a las personas a comportarse de manera socialmente apropiada (Schwartz 1994). El modelo de Schwartz (2004) agrega siete tipos de valores culturales agrupados en tres dimensiones bipolares, mostrados en la Figura 5.1.

Figura 5.1. Dimensiones de los valores culturales de Schwartz



Fuente: Schwartz (2004)⁵

La primera, Arraigo vs Autonomía (intelectual y emocional) cubre la relación entre el individuo y el grupo. En el polo del Arraigo, una persona está incluida en la comunidad expresada por los valores del orden social, el respeto por la tradición, la seguridad de la familia o la sabiduría; mientras que en el otro, la persona es autónoma encontrando significado en su propia diferencia. Valores de curiosidad, apertura y creatividad para la autonomía intelectual; con placer, vida variada, vida emocionante, son valores de vida asociados con la autonomía emocional. La segunda, Jerarquía vs Igualitarismo, el segundo problema social es garantizar un comportamiento responsable que preserve la estructura social. La jerarquía representa la legitimidad considerada en la distribución desigual del poder, roles y recursos, mientras que el igualitarismo considera a las personas como seres iguales compartiendo un compromiso de cooperar y perseguir el bien común. La tercera es la Competencia vs Armonía y se relaciona con el problema de las relaciones entre la persona y la naturaleza. La competencia es

⁵ Versión en español tomado de Jaén, Fernández-Serrano y Liñan (2013).

emblemático de buscar el beneficio personal a través de la explotación y dominación de la naturaleza, mientras que la armonía se relaciona con las culturas que buscan que los individuos encajen armoniosamente con la naturaleza (Schwartz, 2004).

Los constructos de Inglehart se desarrollaron a partir de datos de WVS y proponen dos dimensiones de valor para comparar las culturas nacionales, cada país es capaz de ubicarse en un mapa global transcultural, la variación cultural es basada en estas dos dimensiones (Inglehart, 1997). La primera dimensión Tradicional vs. Secular-Racional se refiere a las orientaciones hacia la autoridad, donde las sociedades tradicionales muestran deferencia a la autoridad parental, la importancia de la vida familiar, la dominación del varón y tienden una tendencia a ser autoritarias, mientras que el Secular-Racional es asociadas más con sociedades industrializadas, con las características opuestas a las tradicionales (Inglehart y Baker, 2000). Esta dimensión también refleja el contraste entre sociedades para las que la religión es muy importante, como la tradicional, y aquellas para las que no lo es, esta distinción se correlaciona con otros valores relacionados (Inglehart y Oyserman, 2004). La segunda dimensión es Supervivencia vs Autoexpresión contrasta las sociedades en las que las personas se centran principalmente en la seguridad económica y física (supervivencia) con sociedades en las que la seguridad es alta y los problemas de calidad de vida son centrales (autoexpresión). En el polo de supervivencia, la gente se siente amenazada por otros y son intolerantes de aquellos que son diferentes (por ejemplo, étnicamente) o que buscan un cambio cultural. En el polo de auto-expresión, la diferencia y el cambio son aceptados e incluso enriquecedores, y los grupos externos se consideran cada vez más merecedores de derechos. (Inglehart y Oyserman, 2004).

Se ha encontrado que los modelos dimensionales tienen similitudes conceptuales y diferencias con otros marcos de dimensión cultural. La dimensión de Individualismo / Colectivismo de Hofstede, que clasifica la relación relativa de un individuo con un grupo, comparte cierta similitud conceptual con la dimensión de Autonomía / Arraigo de Schwartz. Mientras que la dimensión de Tradición / Secular-Racional de Inglehart que clasifica la importancia de la religión, la nación y la familia o las estructuras de obligaciones mutuas estrictas dentro de una sociedad, también se alinea conceptualmente con las dimensiones de Autonomía / Arraigo e Igualitarismo / Jerarquía de Schwartz. En las sociedades tradicionales, los lazos de las personas con sus grupos religiosos, nacionales y familiares son la fuente de significado en sus vidas (Inglehart y Baker 2000), que es también un aspecto fundamental del constructo de Arraigo de Schwartz. De manera similar, la segunda dimensión de Inglehart, Supervivencia / Autoexpresión, también se correlaciona con la dimensión de Arraigo-autonomía, ya que ambos constructos se refieren al grado en que los individuos son animados a expresar su singularidad e independencia en pensamiento, acción y sentimientos (Jaén y Liñan, 2015). Estas similitudes sugieren una considerable superposición en las dimensiones subyacentes capturadas por las etiquetas dimensionales antes descritas (Inglehart y Oyserman, 2004). La Tabla 5.1 proporciona un resumen de las superposiciones entre los valores culturales de Schwartz, Inglehart y Hofstede.

Tabla 5.1. Comparación conceptual de los diferentes modelos de medición de la cultura

Autor del Modelo	Constructo / Dimensiones	Relacionado con	Similitud con
Hofstede (1980)	Individualismo / Colectivismo	La asociación de individuos entre ellos y sus grupos.	Arraigo –Autonomía Jerarquía - Igualitarismo
	Evitación de la incertidumbre	La amenaza que plantean las situaciones inciertas o desconocidas.	
	Masculinidad / Feminismo	La distinción de logros sociales como análogos del género	Competencia – Armonía
	Distancia al poder	La expectativa y aceptación de que el poder se distribuye en forma desigual	Jerarquía - Igualitarismo Arraigo –Autonomía (negativamente)
Schwartz (2004)	Arraigo / Autonomía	La naturaleza de la relación o los límites entre la persona y el grupo	Individualismo / Colectivismo
	Jerarquía / Igualitarismo	Cómo garantizar un comportamiento responsable que preserve la red social	Distancia al poder
	Competencia / Armonía	Cómo las personas manejan sus relaciones con el mundo natural y social	Masculinidad / Feminismo
Inglehart (1997)	Tradición / Secular-Racional	Orientaciones de una sociedad hacia la autoridad	Arraigo –Autonomía Jerarquía - Igualitarismo Competencia – Armonía
	Supervivencia / Autoexpresión	La medida en que las personas valoran la elección individual sobre las necesidades de supervivencia	Arraigo –Autonomía

Elaboración propia

Fuente: Hofstede, (1980); Schwartz (2004); Inglehart y Oyserman (2004); Jaén et al. (2013).

Después de examinar 121 instrumentos para medir la cultura durante la última mitad de siglo, Taras et al. (2009) reconocen que la cultura es un constructo multinivel, lo definen como un conjunto de diferentes valores, prácticas y artefactos compartidos por un grupo, que se forman y conservan durante un largo período de tiempo. Su artículo destaca la influencia de Hofstede (1980) en la literatura, debido a su facilidad de aplicación, pero también debido a la disponibilidad limitada de alternativas adecuadas. Los autores también sugieren que las futuras mejoras en los estudios culturales deben considerar dimensiones específicas y más focalizadas, asegurando que el estudio mida la cultura en constructos diferentes, como la personalidad, teniendo en cuenta que también puede haber variaciones significativas en las generaciones, las profesiones, comunidades de interés o clases socioeconómicas que entre países.

Los efectos de la cultura pueden situarse dentro de instituciones y contextos sociales. Al igual que North (1990), Williamson (2000) también lo distingue como cuatro niveles, siendo los dos primeros más relevantes para el contexto de este estudio en particular. El nivel 1 se compone de instituciones informales. Aquí es donde las normas, las creencias, las costumbres y las tradiciones de una sociedad se encuentran y donde la religión juega un papel importante, y se considera más generalmente como el nivel de la cultura. El nivel 2 consiste en las normas formales y las normas legales de una sociedad, incluidas las constituciones, las leyes, los derechos de propiedad y las instituciones formales, influenciadas por el nivel anterior (Licht y Siegel, 2006). En el caso de los contextos sociales, se menciona que los individuos y las organizaciones afectan y son afectados por las interrelaciones sociales y las normas sociales, argumento fundamental de la sociología que también se ha aplicado al estudio del emprendimiento (Thornton, 1999).

La cultura dentro de los países

La mayoría de los estudios transculturales publicados en la literatura de gestión internacional usan al país como su unidad de análisis, asumiendo así una cierta homogeneidad cultural dentro del estado-nación. Las medidas nacionales de valores culturales tienden a reflejar la tendencia central de un país y, por lo tanto, oscurecen la heterogeneidad cultural o su varianza (Au, 1999; Hofstede y Hofstede, 2005). Mientras que Schwartz (2004) encontró que las diferencias culturales dentro de una nación eran generalmente más pequeñas que las diferencias entre países. Esta variación cultural entre los países no ha impedido que los países multiculturales tuvieran una cultura nacional, ni tampoco la cultura nacional impidió la continuación de la heterogeneidad cultural (Dheer, Lenartowicz y Peterson, 2015; Kanungo y Bhatnagar, 1978).

Los grupos secundarios dentro de un país exhibirán un patrón compartido y distinguible de valores, orientaciones y creencias (Lenartowicz y Roth, 1999). Sin embargo, debe tenerse cuidado al determinar estas características, ya que los instrumentos utilizados para medir las naciones pueden no ser los más apropiados para medir la variación dentro de un país (Tung y Verbeke, 2010) o ser lo suficientemente sensibles para detectar la diferencia (Hofstede, 2010). Por lo tanto, los datos a utilizar para una investigación subcultural deberían ser capaces de contrastar los grupos a través de las dimensiones relativas de los constructos (Ralston, van Thang y Napier, 1999) y permitir la distinción de las características únicas de un grupo dentro de las universales o comunes a todos (Taras et al., 2009). Por esta razón, Von Glinow y otros (2004) ven la necesidad de considerar variables contextuales adicionales que promuevan la distinción de sensibilidad y que no puedan ser compartidas a nivel nacional.

El emprendimiento es un fenómeno complejo que implica una amplia variedad de contextos y factores, como la cultura. La actividad de puesta en marcha de nuevas empresas se puede encontrar en todos los países, pero los investigadores que estudian emprendimiento consideran que hay diferencias significativas entre los países en su actividad empresarial y que estas diferencias se mantienen estables a lo largo del tiempo (Uhlaner y Thurik, 2007; Van Stel et al., 2005). Esto ha llevado a diferentes teorías sobre por qué un país puede tener una mayor cultura emprendedora que otro. Una de las explicaciones (Davidsson, 1995; Davidson y Wiklund, 1997) implica que en los países donde una mayor proporción de la población tiene mayores valores empresariales, también habrá una mayor prevalencia de comportamiento empresarial. Otra explicación de la variación puede deberse al hecho de que muchos gobiernos ven un efecto positivo del emprendimiento en el crecimiento económico y el desarrollo, por lo que pondrán más énfasis en la creación de nuevas empresas (Audretsch, 2007). En gran medida, las investigaciones que exploran la relación entre cultura nacional y emprendimiento parecen estar limitadas a la evitación de la incertidumbre y al individualismo del marco dimensional de Hofstede, con otras dimensiones y conceptualizaciones de la cultura nacional en el contexto del emprendimiento permanecen relativamente inexploradas (Hayton, et al, 2002, Salimath y Cullen, 2010). A pesar de que Liñán, Fernández-Serrano y Romero (2013) ofrecen una visión tentativa de la cultura y su papel en el emprendimiento a través de un estudio con las dimensiones de Schwartz, apoyando la tesis de que a medida que la autonomía o la expresión de individualismo aumenta, las personas están más predispuestas a aprovechar las oportunidades de negocios, sin embargo, los autores advierten que moverse de los valores de arraigo puede ser

contraproducente en las economías en desarrollo para hacer crecer el emprendimiento, ya que estos son los valores que proporcionan los recursos comunales y los apoyos familiares disponibles para el emprendedor. Al igual, Jaén, Fernández-Serrano y Liñán (2013) sugieren que la promoción de medidas para mejorar el emprendimiento también deben tener en cuenta las características culturales específicas del entorno en el que se van a implementar.

Mientras hay algunos progresos investigando la influencia de la cultura en el emprendimiento (Hayton et al., 2002; Laskovaia, et al., 2017), muchos de sus efectos aún deben explorarse, tales como: la necesidad de construir teoría, utilizar medidas alternativas de cultura y emprendimiento, investigar la influencia de las instituciones, la relación en el tiempo y las culturas subregionales (George & Zahra, 2002). Si bien los primeros estudios sobre la cultura y el emprendimiento encontraron alguna relación con las dimensiones de Hofstede, debe tenerse precaución con estos hallazgos debido al tamaño pequeño de las muestras (Hayton et al., 2002). Además, Engelen y otros (2009) mencionan que la investigación intercultural en el campo del emprendimiento está todavía en su infancia y de la revisión de los estudios empíricos se han identificado brechas en el contenido y la metodología. Por último, Thornton y otros (2011) mencionan que, a pesar del considerable aumento de la investigación, hay más que descubrir sobre la influencia de los factores socioculturales en el emprendimiento.

Los factores socioculturales son aquellas creencias culturales, comportamientos y comprensiones que ayudan a dar forma a las percepciones cognitivas de las personas, comportamientos y formación de intenciones (Fernández, Liñán y Santos, 2009). Así, la decisión de crear nuevos negocios se inserta en un contexto social, representado por la participación de una persona en los grupos interpersonales de su vida, como la familia,

el trabajo, la iglesia, el ocio o la recreación y dentro de su vecindario, y a su vez cómo interactúan con otros en sociedad a través de redes informales y formales (Thornton et al., 2011). Burt (1992) indica que a través de las relaciones de las redes sociales, uno recibe oportunidades financieras y de capital humano para uso propio o en la red como un todo. Como tal, la red social contiene un conjunto de relaciones a partir de las cuales el emprendedor puede aumentar sus recursos existentes, que también sirven para definir las percepciones de ese grupo o comunidad, ya sea una comunidad de negocios o comunidades más grandes y mixtas en la sociedad (Thornton et al. 2011). El contexto sociocultural también es importante en términos de legitimación social o promoción de ciertas actitudes positivas relacionadas a las actividades ejecutadas por los individuos, como iniciar un negocio o cómo se opera (Fernández et al., 2009). Además, la forma en que una persona se inserta en el contexto sociocultural tiene algún efecto sobre los niveles de emprendimiento. Contín-Pilart y Larraza-Kintana (2015) observaron que un ajuste sociocultural bajo, como sería el caso de un inmigrante nuevo, implicará una comprensión limitada de los valores, metas, normas, reglas y símbolos culturales prevalecientes que predominan en el ámbito geográfico de la región o país donde llegó, por lo tanto, el inmigrante tendrá menos acceso a los recursos sociales necesarios para iniciar y sostener un nuevo negocio.

La cultura y el emprendimiento informal

En el contexto de la literatura intercultural, los valores culturales han recibido considerable atención (Hofstede, 1980, Ralston et al., 1997). La gama de enfoques de medición que poseen los estudios producen datos superpuestos que pueden usarse para explorar la cultura en diferentes contextos, utilizando múltiples indicadores o sus combinaciones, que provienen de más de una fuente de dimensión cultural (Brewer y

Venaik, 2011; Inglehart y Oyserman, 2004). Thai y Turkina (2014), en su evaluación *cross-country* del emprendimiento informal, optaron por utilizar un conjunto de 12 variables para definir la tendencia cultural, las cuales encontraron agrupadas en tres categorías correlacionadas. Las tres categorías consistieron en: (1) una cultura competitiva orientada al objetivo que se centra en el logro de metas, favorece la competencia, apoya el desarrollo individual y el progreso, alienta la autoexpresión careciendo de jerarquía y colectivismo en grupo; (2) una cultura cooperativa orientada al ser humano que favorece el colectivismo institucional y la orientación humana, promueve el tradicionalismo y estimula el locus de control externo, al tiempo que desalienta la asertividad; y (3) una cultura patriarcal, que se puede describir como ver al hombre como la principal figura de autoridad y el centro de la organización social (Thai y Turkina, 2014). A partir de este análisis, ellos encontraron que el emprendimiento total (formal e informal) estaba fuertemente impulsado por una cultura de cooperación y orientación humana y desalentada por una cultura de orientación a objetivos y competencia. Esta relación implica que una cultura social que promueve el apoyo social es probable que tenga altos niveles de capital en redes disponibles para sostener el emprendimiento; aunque en economías en desarrollo es probable que estos resultados aumenten las tasas de informalidad. Las observaciones de Bird (2013) sobre el emprendimiento informal en un *cluster* de prendas de vestir peruano, encontró que los trabajadores dejaban las empresas formales, para iniciar sus propias empresas informales, impulsados por una combinación de factores socioculturales y económicos, donde la propiedad empresarial ofrecía al emprendedor, entre otras cosas, orgullo y respeto. Thai y Turkina (2013) aconsejan implementar programas de modificación cultural donde exista un alto grado de informalidad, al tiempo que alientan y normalizan la formalización de los negocios. Estas perspectivas se alinean con los hallazgos de

Stephan y Uhlaner (2010) de que una cultura de apoyo social, que consiste en la cooperación y el apoyo social en oposición a una cultura agresiva y competitiva, proporciona más palancas para estimular las tasas de emprendimiento. En particular, se ha comprobado que el efecto de una cultura de apoyo social a nivel de la comunidad para los emprendedores mejora la motivación en la creación de nuevas empresas. (Hopp y Stephan, 2012).

5.3. Hipótesis

5.3.1.- Las influencias socioculturales en el emprendimiento informal

Como la cultura es la forma en que las sociedades organizan el comportamiento social y el conocimiento (Hall, 1973), esta actúa para distinguir a los grupos y sus miembros de otros (Hofstede, 1980). La cultura, que consiste en las creencias, valores y comportamientos de un grupo (Triandis, 2000), también influye en la conducta y las acciones de los pueblos dentro de los entornos sociales (Meglino y Ravlin 1998). Por lo tanto, la cultura tiene algún papel en la conducta emprendedora de apoyo a través de las instituciones de un país y las normas sociales son capaces de proporcionar condiciones sociales adecuadas o legitimidad social, para la formación de empresas (Kibler, 2013). Kibler, Kautonen y Fink (2014) indican que la cultura puede ofrecer al emprendedor esta legitimidad social a través de la percepción de la conveniencia social, la adecuación o el estatus de ser un empresario. Fernández et al. (2009) también se refieren a los contextos sociales que trabajan para legitimar y promover percepciones positivas y estatus del emprendimiento ayudando a mejorar las tasas de emprendimiento. Wyrwich, Stuetzer y Sternberg (2016) indican la importancia del entorno institucional y la legitimidad social, en el rol que desempeña para apoyar el emprendimiento y explicar la persistencia de las diferencias regionales en la actividad emprendedora entre las

naciones. En estas condiciones, los emprendedores pueden aprovechar los recursos sociales e institucionales disponibles a través de las redes dentro de sus comunidades (Thorton et al., 2011). Estos rasgos de facilitación se encuentran como parte de las culturas orientadas hacia el ser humano o de apoyo social, las cuales tienen una alta tasa de motivación y de emprendimiento (Thai y Turkina, 2013, 2014; Stephan y Uhlaner, 2010). Por lo tanto, los factores socioculturales que contribuyen a moldear las percepciones cognitivas, los comportamientos y la formación de intenciones emprendedoras se basan en la cultura de una sociedad y son afectados por ella (Fernández et al., 2009). En su estudio de caso en Perú, Bird (2013) encontró, que los emprendedores se sentían motivados por ser independientes e informales, pues consideraban que era el inicio para llegar a ser un empresario exitoso y reconocido por su entorno. Como tal, en los países en desarrollo y con altas tasas de informalidad, las señales culturales recibidas de sus contextos y de la sociedad, podrían orientar o contribuir a que un individuo tome la decisión de comenzar y sostener un emprendimiento informal. Esto lleva a proponer la siguiente hipótesis:

H1: La valoración del emprendimiento como buen estatus incrementa las probabilidades de ser emprendedor informal, en países en desarrollo con altas tasas de informalidad.

5.3.2.- La cultura de arraigo y el emprendimiento informal

Thai y Turkina (2014) señalaron que la informalidad era alta en las economías menos desarrolladas que mostraban como valores culturales al arraigo, la supervivencia o el tradicionalismo. Perú es parte de un grupo de países latinoamericanos que se encuentran con altos índices en las dimensiones de arraigo y jerarquía en las dimensiones de Schwartz. Jaén y Liñán (2013) indican que estas dimensiones expresan

los valores de obediencia, orden social y respeto a la tradición y a la autoridad. Estas son también las bases para la alineación conceptual de la dimensión de arraigo con la sociedad tradicional de Inglehart (Inglehart y Baker, 2000). Este tipo de sociedades poseen rasgos distintos a los de la mayoría de los países occidentales (Inglehart y Baker, 2000), que tienen una influencia diferente sobre como el emprendimiento es nutrido y una percepción cultural individual diferente sobre la intención emprendedora (Liñán et al., 2011). Jaén y Liñán (2013) encuentran una influencia de los valores culturales sobre las actitudes y la intención emprendedora de los individuos. Estos actos, como el apoyo social, trabajan para incrementar la autoeficacia emprendedora y la conveniencia social del emprendimiento (Stephan y Uhlaner 2010). Los mecanismos de apoyo popular de las culturas sociales, colectivistas o de arraigo se basan en la reciprocidad y por lo tanto el emprendedor es más propenso a recibir los apoyos y recursos familiares o sociales necesarios (Liñán, Fernández-Serrano y Romero, 2013). De este tipo de sociedades, pocas son industrializadas, una intolerancia hacia los grupos marginales y un énfasis en el trabajo duro (Inglehart y Oyserman, 2004). Como tal, las personas que viven en estas sociedades pueden no tener una afinidad significativa con la autoridad central, ni querer registrar sus negocios con el gobierno, ya que la identidad colectiva, especialmente cuando están fuera de las instituciones formales, estará más acostumbrada a reconocer las oportunidades en la economía informal (Webb et al., 2009, Webb et al., 2013). Como tal, se espera que los emprendedores de las culturas de arraigo con respecto a seguir las tradiciones y costumbres, tiendan a permanecer asociados con la economía informal.

H2: Mayor arraigo y respeto por los valores tradicionales del individuo incrementan las probabilidades de ser emprendedor informal, en países en desarrollo con altas tasas de informalidad.

5.4.- Análisis empírico

El análisis empírico se ha dividido en dos partes, la primera parte considera los datos correspondientes a las EPA de los años 2012 al 2016, con la cual se evaluará la hipótesis 1, y la segunda parte, se utilizarán sólo los datos correspondientes a la EPA 2016, con la cual se evaluarán las hipótesis 2.

5.4.1.- Muestra

Los datos utilizados en este estudio corresponden a los resultados de la Encuesta de Población Adulta (EPA) desde el 2012 al 2016 del *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), del programa de investigación del Perú.

Cuando existe interés por investigaciones específicas en algunos países, el proyecto GEM autoriza que los equipos de los países puedan efectuar investigaciones específicas a nivel micro, con datos del GEM (Klyver K., 2008). Para el presente trabajo, se ha considerado la inclusión de diez preguntas para la medición de valores de las dimensiones de Schwartz (1994), en la encuesta EPA 2016, del proyecto GEM en Perú.

En la Tabla 5.2. se muestran el total de encuestados por cada año y la cantidad de encuestados considerados como muestra.

Tabla 5.2. Cantidad total de encuestados por año

Año	Muestra	Encuestados
2012	406	2,071
2013	577	2,075
2014	795	2,078
2015	568	2,078
2016	591	2,080
Total general	2,937	10,382

5.4.2.- Variables

A continuación se describen las variables utilizadas en el análisis empírico.

Variable dependiente

Tanto para el análisis empírico de la parte 1 como la parte 2 se considera la misma variable dependiente.

Emprendedor informal. Para esta variable usamos la pregunta de la encuesta EPA - GEM referida al registro de su negocio ante el ente recaudador de impuestos SUNAT, tal como se indica en la Tabla 5.3., la misma que, según el cuestionario, sólo se pregunta a los emprendedores detectados en la encuesta, sean estos nacientes, nuevos o establecidos, los cuales finalmente conforman la muestra a evaluar.

Tabla 5.3. Pregunta GEM referida al registro de la SUNAT

Pregunta	SI	NO
¿Ha registrado su negocio o se ha dado de alta como autónomo en el Registro oficial de la SUNAT?	1	2

Debe precisarse, que no registrar un negocio ante la SUNAT se declara como un negocio informal. (Gërxhani, 2004; Klapper et al.2007; Nyström, 2008; Webb et al. 2009). A efectos de operacionalizar la variable, la respuesta positiva (emprendedor formal) ha sido codificada como 0; y la respuesta negativa (emprendedor informal) ha sido codificada como 1. En la Tabla 5.4. se muestra cómo la variable dependiente ha sido codificada.

Tabla 5.4. Variable dependiente: emprendedor informal

Respuesta a la pregunta de registro	Para efectos de la Regresión Logística
Si = 1 (formal)	0 = Formal
No = 2 (informal)	1 = Informal

En las Tablas 5.5. y 5.6. se muestran las frecuencias de respuestas respecto de la pregunta si su negocio está registrado ante la SUNAT.

Parte 1: muestra 2012 – 2016

Tabla 5.5. Frecuencia de respuesta al registro de la SUNAT - Estatus

¿Registra su negocio en la SUNAT?	Código	Frecuencia	Porcentaje válido
Registra	0	760	25.88%
No registra	1	2177	74.12%
	Total	2937	100.00%

Tabla 5.6. Frecuencia de respuesta al registro de la SUNAT – Cultura arraigo

¿Registra su negocio en la SUNAT?	Código	Frecuencia	Porcentaje válido
Registra	0	152	25.72%
No registra	1	439	74.28%
	Total	591	100.00%

Variables independientes

Parte 1

La variable independiente es la percepción cognitiva individual detectada mediante los cuestionarios del GEM, así tenemos:

Estatus. Variable dicotómica que toma el valor de 1, si la persona encuestada responde que los que tienen éxito al emprender gozan de un alto estatus. En la tabla 5.7. se describe la pregunta GEM referida a la variable antes descrita, el número I7, corresponde al orden de la pregunta dispuesto en el cuestionario utilizado en campo: EPA - GEM.

Tabla 5.7. Pregunta GEM referida a la percepción cognitiva estatus

Percepción Cognitiva	Preguntas		SI	NO
Estatus	I7	En el Perú, los que tienen éxito al emprender un negocio gozan de un alto nivel de estatus y respeto.	1	0

Parte 2

La variable independiente es la medida del valor tradicional de la dimensión de Arraigo de Schwartz (1994), la cual para efectos del presente estudio, denominamos Cultura de arraigo:

Cultura de Arraigo. Variable dicotómica que toma el valor 1, si la persona encuestada responde que su nivel de respeto por las tradiciones está entre los valores 1,2 y 3 de la escala de respuestas.

En la tabla 5.8. se describe la pregunta referida a la cultura de arraigo, correspondiente al modelo de Schwartz incluida en el cuestionario EPA – GEM 2016.

Tabla 5.8. Pregunta referida a la cultura de arraigo

Valores escala de Schwartz	Preguntas	SI	NO
Tradiciones	Seguir las tradiciones y costumbres que le fueron inculcadas por su religión o familia.	1	0

En la Tabla 5.9. se muestra la recodificación de la variable cultura para la hipótesis 2.

Tabla 5.9. Recodificación de la variable cultura de arraigo

Detalle	Codificación original	Codificación final
Arraigo: las tradiciones y costumbres que le fueron inculcadas por su religión o familia	1 = Se parece mucho a mi 2 = Es parecida a mi 3 = Se parece algo a mi 4 = Es un poco parecido a mi 5 = No se parece mucho a mi 6 = No se parece nada a mí	1 = 1,2 y 3 0 = 4,5 y 6

Variables de control

En el presente estudio, tanto para la parte 1 como para la parte 2, se han considerado como variables de control a las variables sociodemográficas, tales como género, edad, nivel de educación, ingresos y ocupación, considerando que existe literatura que relaciona las variables antes mencionadas con el emprendimiento informal. (Loayza 2008; Perry et al 2007; Williams y Youssef, 2013).

Género. Con respecto al género, la literatura es variada en relación a cual género es el más influyente en el emprendimiento informal. De un estudio de género en Brasil, se encontró que el mayor número de emprendedores informales eran hombres (Williams & Youssef, 2013).

Edad, educación, ocupación e ingresos. Se ha comprobado que las empresas menos formalizadas tienden a ser operadas por empresarios de bajos ingresos, jóvenes y menos educados. (Williams y Shahid, 2016).

En la Tabla 5.10. se muestra un resumen de las recodificación de las variables incluidas en el análisis.

Tabla 5.10. Descripción de las variables socio-demográficas

Detalle	Codificación original	Codificación final
Género	0 = Mujer 1 = Varón	0 = Mujer 1 = Varón
Edad	(Número)	(Número)
Nivel de Educación	1 = Ninguno 2 = Primaria incompleta 3 = Primaria completa 4 = Secundaria incompleta 5 = Secundaria completa 6 = Técnico incompleto 7 = Técnico completo 8 = Universitaria incompleta 9 = Universitaria completa 10=Postgrado: estudios, educación continua 11=Postgrado: maestría o doctorado	1 = Hasta secundaria (1,2,3,4,5) 2 = Intermedio (6,7,8) 3 = Superior (9,10,11)
Ocupación	1 = Tiempo completo 2 = Tiempo parcial 3 = Retirado 4 = Ama de casa 5 = Estudiante 6 = No trabaja, otro 7 = Auto-empleado	1 = Tiempo completo, tiempo parcial y autoempleo (1,2,7) 2 = No trabaja (4,6) 3 = Retirado y estudiante (3,5)
Ingresos	1 = Tercio Inferior 2 = Tercio Medio 3 = Tercio Superior	1 = Tercio Inferior 2 = Tercio Medio 3 = Tercio Superior

En la Tabla 5.11. y 5.12. se muestran los estadísticos descriptivos para la parte 1 y 2 respectivamente. En la Tabla 5.13. se muestra las frecuencias de respuestas a la pregunta de cultura de arraigo.

Tabla 5.11. Valores descriptivos de las variables - Estatus

Variable	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación Estándar
Emprendedor informal	2937	0	1	0.741	0.438
Género	2937	0	1	0.549	0.498
Edad	2901	18	64	37.552	11.985
Nivel de Educación	2937	1	3	1.526	0.721
Ocupación	2652	1	3	1.273	0.518
Ingresos	2937	1	4	1.446	0.661
Estatus	2721	0	1	0.765	0.424

Tabla 5.12. Valores descriptivos de las variables – Cultura arraigo

Variable	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación Estándar
Emprendedor Informal	591	0	1	0.743	0.437
Género	591	0	1	0.579	0.494
Edad	591	18	64	38.379	11.769
Nivel de Educación	591	1	3	1.531	0.700
Ocupación	565	1	3	1.120	0.381
Ingreso	591	1	3	1.646	0.702
Estatus	556	0	1	0.736	0.441
Cultura de arraigo	570	0	1	0.909	0.288

Tabla 5.13. Frecuencia de respuesta a la pregunta de cultura de arraigo

Respuesta	Valor	Frecuencia	% Acumulado
No contesta	-2	2	0.34%
No sabe	-1	8	1.71%
Se parece mucho a mi	1	278	49.23%
Es parecida a mi	2	191	81.88%
Se parece algo a mi	3	60	92.14%
Es un poco parecido a mi	4	22	95.90%
No se parece mucho a mi	5	9	97.44%
No se parece nada a mi	6	15	100.00%
Total		585	100%

5.4.3.- Metodología

Para contrastar las hipótesis planteadas y dada la característica categórica de la variable dependiente, se ha estimado efectuar una regresión logística binaria, también conocida como Logit, que por lo general es bastante usada en investigaciones utilizando las bases de datos del GEM (Alvarez, Urbano y Amoros, 2014). Los análisis empíricos se han efectuado en dos modelos de regresión logística, tanto para la parte 1 como para la parte 2.

Para la parte 1, el Modelo I, considera como variable dependiente al emprendedor informal e incluye las variables de control: el género, la edad, el nivel de educación, el ingreso y la ocupación, cuyos valores han sido recogidos de la encuesta GEM del 2012 al 2016. El Modelo II, recoge las mismas variables de control del Modelo I, manteniendo como variable dependiente el emprendimiento informal y se suma la variable independiente considerada en el planteamiento de la hipótesis, es decir, la percepción socio-cultural de estatus.

Para la parte 2, el Modelo I, considera como variable dependiente al emprendedor informal e incluye las mismas variables de control: el género, la edad, el nivel de educación, el ingreso y la ocupación, cuyos valores han sido recogidos de la encuesta GEM 2016. El Modelo II, recoge las mismas variables de control del Modelo I, manteniendo como variable dependiente el emprendimiento informal y se suma como variables independientes la de estatus y la de cultura de arraigo.

Como se ha mencionado, se utilizará regresión logística binaria o Logit, que en términos estadísticos se puede expresar de la siguiente manera:

$$P_i = \frac{1}{1 + e^{-(\alpha_o + \beta_1 X_{11} + \beta_2 X_{22} + \dots + \beta_n X_{nn})}}$$

Donde P_i , es la probabilidad que suceda el evento del sujeto i , en este caso, la probabilidad de ser emprendedor informal.

Para el Modelo I, de donde se consideran las variables sociodemográficas, tenemos:

$$\begin{aligned} \text{Prob (Emprendedor informal) } i = & \alpha_{0i} + \beta_{1i} (\text{género}) \\ & + \beta_{2i} (\text{edad}) \\ & + \beta_{3i} (\text{nivel de educación}) \\ & + \beta_{4i} (\text{ocupación}) \\ & + \beta_{5i} (\text{ingresos}) + \varepsilon_i \end{aligned}$$

Donde α_0 es la constante, β es el vector de coeficientes y ε es el término del error.

Para los Modelos II, donde se probaran las hipótesis, tenemos:

Parte 1

$$\begin{aligned} \text{Prob (Emprendedor informal) } i = & \alpha_{0i} + \beta_{1i} (\text{género}) \\ & + \beta_{2i} (\text{edad}) \\ & + \beta_{3i} (\text{nivel de educación}) \\ & + \beta_{4i} (\text{ocupación}) \\ & + \beta_{5i} (\text{ingresos}) \\ & + \beta_{6i} (\text{estatus}) + \varepsilon_i \end{aligned}$$

Donde α_0 es la constante, β es el vector de coeficientes y ε es el término del error.

Parte 2

$$\begin{aligned} \text{Prob (Emprendedor informal) } i = & \alpha_{0i} + \beta_{1i} (\text{género}) \\ & + \beta_{2i} (\text{edad}) \\ & + \beta_{3i} (\text{nivel de educación}) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
& + \beta_{4i} (\text{ocupación}) \\
& + \beta_{5i} (\text{ingresos}) \\
& + \beta_{6i} (\text{estatus}) \\
& + \beta_{7i} (\text{cultura de arraigo}) + \varepsilon_i
\end{aligned}$$

Donde α_0 es la constante, β es el vector de coeficientes y ε es el término del error.

5.5.-Resultados

A continuación, se muestran las matrices de correlaciones de las diferentes variables, tanto dependientes como independientes y control. Asimismo, para verificar la posible existencia de multicolinealidad entre las variables se realiza una prueba del factor de inflación de la varianza (VIF) (Greene, 2003). La multicolinealidad y colinealidad es una característica de los datos que hace que la interpretación de los análisis, como en el caso de la regresión múltiple, a veces sea difícil (Cramer y Howitt, 2004), causados por una o más variables altamente correlacionadas, los efectos son grandes oscilaciones en las estimaciones de parámetros, coeficientes con errores estándar muy altos, bajos niveles de significatividad y signos "incorrectos" o magnitudes inverosímiles; las sugerencias para superar estos efectos es combinar las variables altamente correlacionadas o eliminarlas; aunque esta última acción puede causar más problemas o interferir con los resultados (Greene, 2003). Un valor individual VIF mayor que diez indica problemas de multicolinealidad, así como un valor medio VIF mayor que seis. Los valores presentados en la Tabla 5.14 corresponden a la parte 1 y la tabla 5.15 corresponde a la parte 2, ambas tablas muestran que no hay problema de multicolinealidad en los modelos utilizados.

Tabla 5.14. Matriz de correlaciones – Estatus

	Variable	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]	VIF ¹	VIF ²
[1]	Informal	1								
[2]	Género	-0.1338***	1						1.05	1.06
[3]	Edad	-0.0720***	0.0502***	1					1.05	1.05
[4]	Educación	-0.2049***	0.0949***	-0.0677***	1				2.24	2.23
[5]	Ocupación	0.0728***	-0.1692***	-0.1067***	-0.0465	1			1.06	1.07
[6]	Ingreso	-0.1188***	0.044**	0.01	0.1511***	-0.1411***	1		1.09	1.09
[7]	Estatus	0.0401**	0.0053	0.0243	-0.0464**	-0.0231	0.0226	1		1
VIF medio									1.36	1.32

¹ Modelo I; ² Modelo II; Nota: *p<0.10, **p<0.05, ***p<0.001

Tabla 5.15. Matriz de correlaciones – Cultura arraigo

	Variable	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]	[8]	VIF ¹	VIF ²
[1]	Informal	1									
[2]	Género	-0.1414***	1							1.12	1.13
[3]	Edad	-0.0462	0.0208	1						1.06	1.06
[4]	Educación	-0.2227***	0.0504	-0.0533	1					2.53	2.55
[5]	Ocupación	0.0771*	-0.1886***	-0.1451***	-0.0533	1				1.08	1.08
[6]	Ingreso	0.0014	0.0241	-0.085**	0.0829**	0.0466	1			1.15	1.16
[7]	Estatus	0.1269***	-0.0154	0.0067	-0.0859**	0.0042	-0.0227	1			1.02
[8]	Cultura Arraigo	0.0374	-0.0492	0.0244	-0.0425	-0.0295	-0.0712*	-0.018	1		1.03
VIF medio											1.38

¹ Modelo I; ² Modelo II; Nota: *p<0.10, **p<0.05, ***p<0.001

En la Tabla 5.16. se presentan los resultados de las regresiones para la parte 1.

Tabla 5.16. Resultados – Estatus

Variables predictoras	I		II	
	Coefficiente (B)	Exp(B)	Coefficiente (B)	Exp(B)
Constante	0.64**	1.89	0.47**	1.59
Genero	0.54***	1.72	0.54***	1.71
Edad	-0.01***	0.99	-0.02***	0.98
<u>Educación</u>				
Educación(1)	1.15***	3.17	1.11***	3.05
Educación(2)	0.60***	1.82	0.59***	1.80
<u>Ocupación</u>				
Ocupación(2)	0.07	1.07	0.14	1.15
Ocupación(3)	0.42	1.52	0.39	1.48
<u>Ingresos</u>				
Ingresos(2)	-0.15	0.86	-0.11	0.90
Ingresos(3)	-0.63***	0.53	-0.61***	0.54
<u>Cogniciones Socioculturales</u>				
Estatus			0.21**	1.24
Observaciones	2330		2442	

Nota: *p<0.10, **p<0.05, ***p<0.001

El coeficiente estimado en el modelo II nos permite ofrecer evidencia empírica a una de las hipótesis de estudio. Encontramos que el coeficiente estimado de *Estatus* es positivo y significativo, lo que nos indica que a mayor nivel de la cognición socio-cultural de estatus, mayor probabilidad de que los emprendedores opten por ser emprendedores informales, en línea con lo postulado en la hipótesis 1.

En relación a las variables de control, encontramos que el coeficiente estimado de *Género*, es positivo y significativo, indicando que los hombres tienen más probabilidades de ser emprendedores informales que las mujeres; mientras que el coeficiente estimado para la *Edad* es negativo y significativo, lo que indica que a menor edad mayores probabilidades de ser emprendedor informal. En cuanto a la *Educación*, los coeficientes para los niveles inferiores y superiores de educación son positivos y

significativos, lo que indica que los individuos con ambos niveles de educación tienen probabilidades de ser emprendedores informales. Los coeficientes de *Ocupación* no son significativos y por último, los coeficientes de los *Ingresos*, son negativos y significativos para el nivel superior de ingresos, lo cual indica que los individuos con mayores ingresos tienen menos probabilidades de ser emprendedores informales.

En la Tabla 5.17. se presentan los resultados de las regresiones para la parte 2.

Tabla 5.17. Resultados – Cultura arraigo

Variables predictoras	I		II	
	Coeficiente (B)	Exp(B)	Coeficiente (B)	Exp(B)
Constante	0.42	1.52	-0.18	0.84
Genero	0.57**	1.77	0.49**	1.63
Edad	-0.01	0.99	-0.02*	0.98
<u>Educación</u>				
Educación(1)	1.19***	3.29	1.25***	3.49
Educación(2)	0.53*	1.71	0.48	1.62
<u>Ocupación</u>				
Ocupación(2)	0.40	1.50	0.67	1.95
Ocupación(3)	0.31	1.37	0.39	1.48
<u>Ingresos</u>				
Ingresos(2)	0.37	1.44	0.44*	1.55
Ingresos(3)	-0.07	0.93	0.02	1.02
<u>Cognición Sociocultural</u>				
Estatus			0.49**	1.63
<u>Cultura</u>				
Cultura Arraigo			0.34	1.40
Observaciones	565		518	

Nota: *p<0.10, **p<0.05, ***p<0.001

El coeficiente estimado del modelo II no ofrece evidencia empírica a la hipótesis 2. Encontramos que el coeficiente estimado de *Cultura de arraigo* no es significativo, lo que nos indica que esta variable no tiene un efecto directo en el emprendimiento informal. Sin embargo, ante los antecedentes teóricos (Hayton et al., 2002) y empíricos (Marino et al., 2002), respecto de los efectos moderadores de la

cultura con la actividad emprendedora, se efectuaron los análisis de moderación de las variables cognitivas de autoeficacia y miedo al fracaso con la cultura de arraigo, no encontrándose tampoco significatividad.

En relación a las variables de control, encontramos que sólo coeficientes de Género, Edad y Nivel de educación son significativos, las demás variables consideradas no son significativas.

5.5.1. Prueba de robustez

En la Tabla 5.18. se muestra los resultados de las pruebas de robustez requeridas para las regresiones logísticas que han sido realizadas para los modelos I y II de la parte 1.

Tabla 5.18. Ajustes de los modelos – Estatus

Prueba	Modelo I	Modelo II
Ómnibus (sig.)	0.000	0.000
R cuadrado de Cox y Snell	0.068	0.070
R cuadrado de Nagelkerke	0.101	0.102
Hosmer-Lemeshow (sig.)	0.325	0.513
Porcentaje correcto	74.13	72.80

En la Tabla 5.19. se muestran los resultados de las pruebas de robustez requeridas para las regresiones logísticas que han sido realizadas para los modelos I, II y III de la parte 2.

Tabla 5.19. Ajustes de los modelos – Cultura arraigo

Prueba	Modelo I	Modelo II
Ómnibus (sig.)	0.000	0.000
R cuadrado de Cox y Snell	0.068	0.071
R cuadrado de Nagelkerke	0.101	0.107
Hosmer-Lemeshow (sig.)	0.325	0.337
Porcentaje correcto	74.13	74.70

La prueba de Hosmer-Lemeshow es comúnmente utilizada para evaluar la bondad de ajuste en la regresión logística. Como cualquier prueba estadística, la potencia de la prueba aumenta con el tamaño de la muestra; en los conjuntos de datos muy grandes, las pequeñas desviaciones del modelo propuesto pueden ser significativas o no, asimismo el número de grupos utilizados pueden influir en el poder de la prueba. (Prabasaj et al., 2012).

5.6.-Discusión

En el presente estudio se ha dividido el análisis empírico en dos partes, por cuestiones de concepto y por cuestiones de datos. Para ambos casos se ha utilizado los resultados de la encuesta de población adulta del GEM. En la primera parte se ha considerado los datos de los periodos 2012 al 2016 y sólo los datos del periodo 2016 para la segunda parte, la cual incluye preguntas de valores de las dimensiones culturales de Schwartz.

De los resultados de la primera parte, se obtiene soporte a la hipótesis 1, respecto de que en el Perú, sus valores socioculturales apoyan el emprendimiento como un buen estatus y a su vez aumentan las probabilidades del emprendimiento informal. Este resultado nos lleva a reflexionar sobre la definición de la cultura y su relación con el emprendimiento informal. Dentro de varias definiciones de la cultura, varios autores coinciden que la cultura, incluye las creencias, valores y comportamientos de un grupo o sociedad que se transmiten de generación en generación (North, 1990; Triandis, 2000; Williamson 2000), a su vez, Kibler, Kautonen y Fink (2014) indican que la cultura puede ofrecer al emprendedor legitimidad social a través de la percepción de la conveniencia social, la adecuación o el estatus de ser un empresario. Estos antecedentes de la literatura nos hacen suponer que una sociedad, como la peruana, en desarrollo y

con altos índices de informalidad, considera que ser emprendedor es una buena elección, por lo cual, el individuo que emprende tendrá éxito y logrará obtener un buen estatus, pero a su vez, también considera que incrementa la probabilidad del emprendimiento informal, es decir, el emprendimiento en general, está ligado al emprendimiento informal. Esto se corrobora empíricamente los hallazgos de Bird (2013), de su caso de estudio, donde al estudiar un *cluster* de confecciones en Perú, encontró que los individuos que se desenvuelven en ese entorno o contexto, donde existen altos niveles de informalidad, tienden a independizarse como emprendedores informales para luego intentar ser empresarios de éxito. Este hallazgo empírico, también nos indica que el entorno, el contexto y la sociedad, aprovecha de los recursos sociales a través de sus redes e instituciones informales (Thorton et al., 2011), lo cual forma parte de su cultura, que en este caso, es una característica de una cultura orientada hacia el apoyo social y colectivista. Adicionalmente, Thai y Turkina (2013; 2014) encontraron que el emprendimiento informal era más fuerte en los países en desarrollo con orientación al colectivismo, lo cual también se corrobora con este hallazgo.

De los resultados de la segunda parte, no se obtiene soporte a la hipótesis 2, respecto de la influencia directa de la cultura de “arraigo – tradición” con el emprendimiento informal, aunque en la Tabla 5.13. nos muestra que en el Perú y en sus diferentes regiones, predomina la cultura del “arraigo – tradición”, pues el 92.14% de los encuestados indicaron que se parece mucho, es parecido o se parece algo a él, a la pregunta, sobre si sigue las tradiciones y costumbres que le fueron inculcados por su religión o familia. Esta dimensión de Schwartz (2004), podría explicar, porqué el Perú mantiene sus altos índices de informalidad por mucho tiempo a pesar de que el estado

peruano ha efectuado varias reformas respecto a las simplificaciones en la formalización.

La no significatividad de la variable cultura “arraigo-tradición”, puede estar vinculada a dos motivos: (i) La muestra no registró cambios importantes, debido al tamaño, por lo que la desviación estándar de la variable cultura es alta y (ii) La muestra no dispone de información adicional (otras preguntas), lo que generaría una mayor dispersión, incrementando la variancia del error. Estos motivos generan que los estadísticos críticos no sean significativos para la prueba de hipótesis de la variable cultura arraigo.

Considerando que recién se ha colocado en la encuesta GEM del 2016 las preguntas de las dimensiones de Schwartz, es posible que una sola pregunta o *ítem*, sea insuficiente para medir la dimensión tradición o la versión agregada de Arraigo. Sin perjuicio de esto, podemos comentar que en la primera parte, encontramos soporte, respecto que una sociedad y cultura como la peruana, colectivista y que respeta las tradiciones y costumbres, con altos índices de informalidad, consideran al emprendimiento como una buena elección y que les ofrece estatus, y a su vez aumentan las probabilidades del emprendimiento informal, por lo cual bajo este principio, es muy probable que en el contexto de altos índices de informalidad, los emprendedores informales aumenten su autoeficacia y disminuyan su miedo al fracaso, si consideran que tienen el apoyo de la sociedad o la legitimidad social. En todo caso, esto será un tema pendiente por investigar y encontrar soporte empírico.

5.7.-Conclusión

Este documento ha proporcionado algunas ideas sobre las implicaciones de la cultura para el emprendimiento informal. Si bien los resultados definitivos no han encontrado una fuerte relación entre la cultura y el emprendimiento informal, los resultados se alinean con la literatura. Hay indicios que la cultura del Perú tiene algún efecto sobre sus tasas de informalidad, apoyado por las percepciones cognitivas de los emprendedores, proporcionando estructuras sociales propicias para el desarrollo de algunos valores culturales vinculados al emprendimiento informal.

Si bien hay investigaciones emergentes que indican el papel de la cultura y las decisiones individuales del emprendimiento (Laskovaia et al., 2017), todavía es muy incipiente la literatura de la relación entre la cultura y el emprendimiento informal. En este sentido, los resultados indican que las iniciativas de formalización en el Perú no han tenido un éxito particular, dadas las continuas altas tasas de informalidad y esto al parecer está relacionado con el paradigma cultural que prevalece. Perú y otros países similares, en desarrollo y con altas tasa de informalidad, parecen tener una cultura que apoya la informalidad y para poder disminuir las altas tasas, se requerirá hacer cambios culturales y una reforma regulatoria a largo plazo.

Capítulo 6.- Conclusiones generales y líneas futuras de investigación

El principal objetivo de investigación de esta tesis doctoral es analizar las motivaciones, características y determinantes de los emprendedores informales, para lo cual se tomó como unidad de análisis, los emprendedores del Perú. En ese sentido, a continuación se muestran primeramente los hallazgos más importantes, posteriormente las contribuciones académicas y las contribuciones para la políticas.

Principales hallazgos de la tesis

Se encontró evidencia empírica que la actitud decisiva del individuo es altamente significativa con la intención de emprender informalmente el negocio, lo que se refleja en sus respuestas, pues creen que hay un beneficio, una ventaja y un mayor valor al operar un negocio de manera informal.

Se encontró evidencia empírica que los emprendedores informales cuentan con el apoyo de la familia y de las redes sociales cercanas, pues es común que los propios negocios se desarrollen en el mismo lugar donde viven.

No se encontró significatividad de la percepción de control de la conducta por parte del emprendedor informal, lo cual refleja el bajo nivel de control de los emprendedores informales sobre su independencia económica. Esto está ligado a las altas tasas de informalidad en Perú, siendo un desincentivo significativo para formalizarse y como tal indica un problema importante para las políticas de formalización en general.

También se encontró evidencia empírica que los emprendedores informales estaban dispuestos a continuar operando informalmente, considerando que es más beneficioso para ellos, reforzado por el apoyo recibido de la familia y las redes cercanas.

Se encontró evidencia empírica sobre la influencia de la autoeficacia de los individuos en la incremento de la probabilidad de emprender de manera informal, considerando que los emprendedores informales se enfrentan a las complejidades de una economía informal, su alta autoeficacia hace que se sientan seguros de poder superar estas complejidades y por ende emprender de manera informal.

Se encontró evidencia empírica sobre la influencia de un referente cercano, que a su vez haya emprendido con anterioridad, sobre los jóvenes emprendedores, incrementando sus probabilidades de emprender de manera informal. Se considera que el emprendedor informal es influenciado por un referente cercano, brindándole confianza, habilidades y conocimiento, particularmente en las primeras etapas del emprendimiento. Este hallazgo tiene la particularidad del contexto peruano, donde existen altas tasas de informalidad.

No se encontró significatividad del miedo al fracaso, lo cual, siguiendo el contexto de los altos índices de informalidad en el Perú y de los resultados previos, con referentes cercanos influyentes y alta autoeficacia, su miedo al fracaso, al parecer no discrimina entre emprender de manera informal o formal.

Se encontró evidencia empírica respecto que una sociedad como la peruana, en desarrollo y con altos índices de informalidad, considera que ser emprendedor es una buena elección, por lo cual, el individuo que emprende tendrá éxito y logrará obtener un buen estatus, pero a su vez, también considera que incrementa la probabilidad del emprendimiento informal, lo cual nos lleva a considerar que en el Perú, el emprendimiento en general está ligado al emprendimiento informal. Este resultado corrobora los hallazgos en un estudio de caso, en el cual se encontró que los individuos que se desenvuelven en un contexto con altos niveles de informalidad, tienden a

independizarse como emprendedores informales, para luego intentar ser empresarios de éxito.

La evaluación también proporciona algunas ideas sobre las implicaciones de los valores culturales con el emprendimiento informal. Si bien los resultados definitivos no han encontrado una fuerte relación entre la cultura y el emprendimiento informal. Hay indicios que la cultura del Perú tiene algún efecto sobre sus tasas de informalidad, apoyados por las percepciones cognitivas de los emprendedores, proporcionando estructuras sociales propicias para el desarrollo de algunos valores culturales vinculados al emprendimiento informal.

Las variables demográficas utilizadas en el análisis empírico dan una caracterización de los emprendedores informales en Perú, así tenemos que los hombres, jóvenes, poco educados y con menores ingresos, tienen mayores probabilidades de convertirse en emprendedores informales.

Contribución académica

Los resultados de la tesis, se centran en las motivaciones y características que influyen en los individuos a emprender de manera informal. Considerando los hallazgos en la investigación a nivel empírico, estos resultados son útiles para incrementar la teoría del emprendimiento informal, el cual sigue siendo un campo muy amplio por desarrollar.

Si bien la intención emprendedora ha sido ampliamente estudiada en la teoría del emprendimiento, la tesis contribuye en probar que el emprendimiento informal utiliza algunos mecanismos del emprendimiento formal.

Las percepciones cognitivas individuales y sociales estudiadas en la tesis, nos muestran que en contextos distintos a los regulares, sus implicaciones son distintas, por lo cual resulta importante e interesante de entender.

El apoyo del emprendimiento informal por parte de los entornos cercanos, como los familiares y sus redes, evidencia la importancia de la legitimidad social o de las instituciones informales en actividades ilegales como el emprendimiento informal.

Contribuciones para la política

La evaluación de la intención emprendedora, evidenció las altas tasa de informalidad en el Perú y a su vez corroboró la renuncia a la formalización por parte de los pequeños negocios informales, siendo necesario la implementación de mecanismos de formalización a través de sus proveedores, asumiendo la responsabilidad solidaria.

Los resultados de la tesis, evidencia que en el Perú existe una cultura que considera legítimo emprender de manera informal, por lo cual, según la literatura (Tahi y Turkina, 2013, 2014), se deberán ejecutar programas de cambio cultural a mediano y largo plazo, junto con las reglamentaciones de formalización.

Si las características de la cultura y los factores sociales se consideran para la aplicación de las políticas de formalización, éstas pueden tener una mayor probabilidad de éxito, por lo cual, estas políticas podrían ser probadas previamente.

Si se considera al emprendimiento informal como una fuerza positiva, se puede aprovechar el dinamismo de los mercados no regulados en las ciudades con rápido crecimiento o ambientes agitados. Podría evaluarse como mejorar la productividad, el crecimiento y la estabilidad de los ingresos, mientras que las empresas siguen siendo informales.

Siguiendo las recomendaciones de la literatura (Williams, 2015), para incrementar el emprendimiento formal, deberán dictarse políticas de disminución de costos e incrementar los beneficios de los emprendedores, por lo cual, una importante ayuda sería considerar las soluciones tecnológicas y las tendencias de la comunicación, para disminuir los gastos de transacción, como por ejemplo, el uso de las transferencias bancarias o monetarias, exclusivamente para los emprendedores formales, obteniéndose así un beneficio o incentivo para los formales y una barrera para los informales.

Limitaciones y líneas futuras de investigación

No se cuenta con información suficiente relacionada al emprendimiento informal, tanto teórica como empírica. Tal es el caso, que para la evaluación de la intención emprendedora, se utilizó estudios de comportamientos ilegales para la formulación de las hipótesis, pues no existe literatura explícita sobre intención emprendedora informal.

Obtener información de emprendedores informales es una limitante para la investigación, pues al considerarse que se encuentran en la ilegalidad, por lo general, su apertura para brindar información no es la más adecuada.

Si bien se hicieron esfuerzos para incluir preguntas adicionales, para la medición de los valores culturales en el cuestionario del GEM, los resultados no fueron los esperados, pues la muestra resultó siendo pequeña y a su vez dispersa, no encontrando significatividad en la relación de la variable cultura de “arraigo-tradición” con el emprendimiento informal.

Este estudio proporciona una contribución metodológica a través del desarrollo de un instrumento diseñado para el emprendimiento informal, por lo cual puede replicarse en otras economías o en contextos similares.

Respecto de la evaluación de las percepciones cognitivas individuales, los resultados presentados aquí sugieren mayor investigación. Dado que los datos provienen de una encuesta universal, como es el proyecto GEM, de igual forma, puede ser replicado en otras economías y con contextos similares.

Si la literatura aún considera que la relación de la cultura con el emprendimiento todavía sigue estando en desarrollo, la relación de la cultura con el emprendimiento informal es prácticamente incipiente, por lo que se necesita profundizar las investigaciones futuras. En el caso específico de Perú deberá continuarse con la inclusión de las mismas o más preguntas que midan las dimensiones de valores culturales, pues se podrían obtener mejores resultados futuros con la disposición de información agregada de varios años.

Referencias bibliográficas

- Acemoglu, D. & Robinson, J. (2012). Why nations fail: The origins of power. New York: Crown Publishers.
- Adom K & Williams C. (2012). Evaluating the motives of informal entrepreneurs in Koforidua, Ghana. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 17(1), 1 -17.
- Ajzen I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behaviour, In Kuhl J. and Beckmann J. (Eds.), Action-control: From cognition to behaviour (pp. 11-39), Heidelberg: Springer.
- Ajzen, I. (2006). Constructing a TPB questionnaire: Conceptual and methodological considerations. Retrieved August 30, 2007.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological bulletin*, 84(5), 888.
- Aliaga Linares, L. (2002). El Capital Social como Recurso en la Informalidad. *Sumas y Restas. Lima, Perú: ONG Alternativa*.
- Alvarez, Urbano & Amorós. (2014). GEM research: achievements and challenges. *Small Business Economics*, 42, 445-465.
- Ama, N. O., Mangadi, K. T., Ama, H. A., (2014). Exploring the challenges facing women entrepreneurs in informal cross-border trade in Botswana. *Gender in Management: An International Journal*, 29(8), 505 - 522
- Arbuckle, J. L. (1997). Amos Users' Guide Version 18. Crawfordville, Fl: Amos Development Corporation.
- Arenius, P. & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship, *Small Business Economics*, 24, 3, 233-247.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (1999). Distinguishing perceptions of control from self-efficacy: Predicting consumption of a low-fat diet using the theory of planned behavior. *Journal of applied social psychology*, 29(1), 72-90.
- Armitage, C. and Conner, M. (2001). Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40, 471-499
- Au, K. Y. (1999). Intra-cultural variation: Evidence and implications for international business. *Journal of International Business Studies*, 30(4), 799-812.
- Audretsch, D. B. (2007). "Entrepreneurship capital and economic growth". *Oxford Review of Economic Policy*, 23, 63-78.

- Audretsch, D. B., Dohse, D. & Niebuhr, A. (2010). "Cultural diversity and entrepreneurship: a regional analysis for Germany". *The Annuals of Regional Science*, 45, 55–85.
- Autio, E. & Fu, K. (2015). Economic and political institutions and entry into formal and informal entrepreneurship. *Asia Pacific Journal of Management*, 32(1), 67–94.
- Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., Parker G.G.C., and Hay, M. (2001). Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), 145–160.
- Babbitt, L. G., Brown, D., & Mazaheri, N. (2015). Gender, entrepreneurship, and the formal–informal dilemma: Evidence from Indonesia. *World Development*, 72, 163-174.
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the academy of marketing science*, 16(1), 74-94.
- Bandura, A. (1977). Social Learning Theory. N.J.: Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- Bargiela-Chiappini, F., & Nickerson, C. (2003). Intercultural Business Communication: A rich field of studies. *Journal of Intercultural Studies*, 24(1), 3-15.
- Baron, R. (2007). Entrepreneurship: a process perspective. En B. e. al, *The Psychology of Entrepreneurship* (págs. 19-39). NJ: Mahwah Ed.
- Baum JR, Frese M & Baron RA. (2007). *The Psychology of Entrepreneurship*. NJ: Mahwah Ed.
- Bayon, M. C., Vaillant, Y., & Lafuente, E. (2015). Initiating nascent entrepreneurial activities The relative role of perceived and actual entrepreneurial ability. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(1), 27 - 49.
- Beck, L. and Ajzen, I. (1991). Predicting dishonest actions using the theory of planned behavior. *Journal of Research in Personality*, 25, 285-301.
- Bennett, J. (2010). Informal firms in developing countries: entrepreneurial stepping stone or consolation prize?. *Small Business Economics*, 34(1), 53.
- Bird, B. (1992). The operations of intentions in time: The emergence of the new venture. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 17(1), 11-20.
- Bird, B. (1998). Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention, *Academy Management Review*, 13(3), 442-453.
- Bird, M. (2013). Unbundling institutional reform: The case of a garment cluster in Lima, Peru, 1988-2008. In, Thai, T. M. T. & Turkina, E. (Eds.), *Entrepreneurship in the Informal Economy: Models, Approaches and Prospects for Economic Development* (pp. 145-160). New York: Routledge.

- Bitektine, A. (2011). Toward a theory of social judgments of organizations: The case of legitimacy, reputations, and status. *Academy of Management Review*, 36(1), 151–179.
- Blunch, N. (2010). Introduction to Structural Equation Modelling using SPSS and AMOS. Thousand Oaks, Ca: Sage Publications.
- Borland, C. (1975). Locus of Control, Need for Achievement and Entrepreneurship . University of Texas, Austin.
- Bosma, N. (2013). The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) and its Impact on Entrepreneurship Research. Foundations and Trends® in Entrepreneurship: forthcoming.
- Bosma, N., Hessels, J., Schutjens, V., Van Praag, M., & Verheul, I. (2012). Entrepreneurship and role models. *Journal of Economic Psychology*, 33(2), 410-424.
- Brewer, P., & Venaik, S. (2011). Individualism–collectivism in Hofstede and GLOBE. *Journal of International Business Studies*, 42(3), 436-445.
- Brockhaus, R. (1980). Psychological and Environmental Factors Which Distinguish the Successful from the Unsuccessful Entrepreneur: A longitudinal Study. Paper presented at the Academy of Management, 40 th annual meeting .
- Bruton G.D., Ireland R.D. & Ketchen D.J. (2012). Toward a Research Agenda on the Informal Economy. *Academy of Management Perspectives*, 26(3), 1-11.
- Burak, L. J. and Vian, T. (2007). Examining and predicting under the table payments for health care in Albania: An application of the Theory of Planned Behavior¹. *Journal of Applied Social Psychology*, 37(5), 1060-1076.
- Burt, R. S. (1992). Structural Holes. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Cai, D. A., & Fink, E. L. (2002). Conflict style differences between Individualists and Collectivists. *Communication Monographs*, 69(1), 67-87.
- Capelleras, J.-L., Contín-Pilart, I., Martín-Sánchez, V., & Larraza-Kintana, M. (2013). The influence of individual perceptions and the urban/rural environment on nascent entrepreneurship. *Investigaciones Regionales*, 26, 97-113.
- Caprar, D. V., Devinney, T. M., Kirkman, B. L., & Caligiuri, P. (2015). Conceptualizing and measuring culture in international business and management: From challenges to potential solutions. *Journal of International Business Studies*, 46, 1011-1027.
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?. *Journal of business venturing*, 13(4), 295-316.

- Chen, S., Su, X., & Wu, S. (2012). Need for achievement, education and entrepreneurial risk-taking behaviour. *Social Behavior and Personality*, 40(8), 1311-1318
- Chlosta, S., Patzelt, H., Klein S. B. & Dormann C. (2012) Parental role models and the decision to become self-employed: the moderating effect of personality. *Small Business Economics* 38, 121–138.
- Chong, A. & Gradstein. (2007) Inequality and informality. *Journal of Public Economics*, 9, 159–179
- Churchill, G. A. (1995). Marketing Research: Methodological Foundations, 6th edition. Hidsdale, IL: The Dryden Press.
- Collins, C. J., Hanges, P. J., & Locke, E. A. (2004) The Relationship of Achievement Motivation to Entrepreneurial Behavior: A Meta-Analysis, *Human Performance*, 17:1, 95-117.
- Contín-Pilart, I., & Larraza-Kintana, M. (2015). Do Entrepreneurial Role Models Influence the Nascent Entrepreneurial Activity of Immigrants? *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1146-1163.
- Cooper, A.C. & Dunkelberg, W.C. (1987). Entrepreneurial Research: Old Questions, New Answers and Methodological Issues. *American Journal of Small Business*, 11(3), 11-23.
- Cramer, D. & Howitt, D. (2004). The SAGE dictionary of statistics. Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Cross, J. C. (1997). Entrepreneurship & exploitation: Measuring independence and dependence in the informal economy, *International Journal of Sociology and Social Policy*, 17(3-4), 37–62.
- Dau, L.A. & Cuervo-Cazurra, A. (2014). To formalize or not to formalize: Entrepreneurship and premarket institutions. *Journal of Business Venturing*, 29, 668–686.
- Davidsson P. & Wiklund J. (1997). Values, beliefs and regional variations in new firm formation rates. *Journal of Economic Psychology*, 18, 179-199.
- Davidsson, P. (1995). Culture, structure and regional levels of entrepreneurship. *Entrepreneurship and Regional Development*, 7, 41 - 62.
- Dawkins, C. E., Karam, J. D., Lianlian, C. L., and Jixin, Z. (2014). Corporate social responsibility and job choice: A cross-cultural analysis.” *Business and Society*, [onlineFirst], 1-35.

- De Castro, J. O., Khavul, S., and Bruton, G. D. (2014). Shades of grey: How do informal firms navigate between macro and meso institutional environments. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 8(1), 75-94.
- De Soto, H. (1989). *El Otro Sendero – La revolución informal*. Lima, Perú: El Barranco.
- Dell'Anno, R. (2016). Inequality and informality in transition and emerging countries. IZA World of Labor.
- Demenet, A., Razafindrakoto, M., & Roubaud, F. (2015). Do informal businesses gain from registration and how? Panel data evidence from Vietnam. *World Development*, 84, 326-341 doi:10.1016/j.worlddev.2015.09.002.
- Dheer, R. J. S., Lenartowicz, T., & Peterson, M. F. (2015). Mapping India's regional subcultures: Implications for international management. *Journal of International Business Studies*, 46, 443-467.
- Diez Medrano, J. (2014). Interpersonal trust. (online) Available at: <http://www.jdsurvey.net/jds/jdsurveyMaps.jsp>
- Doney, P. M., Cannon, J. P., & Mullen, M. R. (1998). Understanding the influence of national culture on the development of trust. *The Academy of Management Review*, 23(3), 601-620.
- Eijdenberg, E. I., (2016). Does one size fit all? A look at entrepreneurial motivation and entrepreneurial orientation in the informal economy of Tanzania, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 22 (6), 804 – 834
- Eilat, Y. & Zinnes. (2002) The shadow economy in transition countries: Friend or foe? A policy perspective. *World Development* 30:7 : 1233–1254.
- Elahee, M. N., Kirby, S. L., & Nasif, E. (2002). National culture, trust, and perceptions about ethical behavior in intra-and cross-cultural negotiations: An analysis of NAFTA countries. *Thunderbird International Business Review*, 44(6), 799-818.
- Engelen A., Heinemann F. & Brettel M. (2009). “Cross-cultural entrepreneurship research: Current status and framework for future studies”. *Journal International Entrepreneurship*, 7, 163 - 189.
- Enste, D. H. (2003) Shadow economy and institutional change in transition countries. In: Belev, B. (eds). *The Informal Economy in the EU Assessment Countries: Size, Scope, Trends and Challenges of the Process of EU-Enlargement*. Sofia: Center for Study of Democracy, pp. 81–114.
- Farrell, D. (2004). The hidden dangers of the informal economy. *McKinsey Quarterly* 2004(3), 26–37.

- Fayolle, A. & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67, 663–666
- Feige, Edgar L. (1990). Defining and Estimating Underground and Informal Economies: The New Institutional Economics Approach, *World development*, Vol.18, No.7, pp. 989-1002.
- Fernández J., Liñan F. & Santos F. (2009). Cognitive Aspects of Potential Entrepreneurs in Southern and Northern Europe: An Analysis using GEM-Data. *Revista de Economía Mundial*, 151-178.
- Ferreira-Tiryaki, G. (2008). The informal economy and business cycles. *Journal of Applied Economics*, 11, 91-117.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1981). On construct validity: A critique of Miniard and Cohen's paper *Journal of Experimental Social Psychology*, 17(3), 340-350.
- Fornahl, D. (2003). Entrepreneurial activities in a regional context. Cooperation, Networks and *Institutions in Regional Innovation Systems* (pp. 38-57). Cheltenham: Edward Elgar.
- Fortuna, J.C. and Prates, S. (1989). Informal Sector versus Informalized Labor Relations in Uruguay, The informal economy: *Studies in advanced and less developed countries*, pp.78-94.
- Francis J. J., Eccles, M. P., Johnston, M., Walker, A. Grimshaw, J., Foy, R., Kaner, E. F. S., Smith, L., and Bonetti, D. (2004) Constructing Questionnaires Based on the Theory of Planned Behaviour - A Manual for Health Services Researchers. Newcastle, Australia: University of Newcastle.
- Frese M. & Gielniek M. (2014). The Psychology of Entrepreneurship. *Annual Review of Orgazational Psychology*, 413-438.
- Frese, M. (2009). Toward a psychology of entrepreneurship an action theory perspective. *Foundation Trends Entrepreneurship*, 5, 6, 437-496.
- Freytag, A., & Thurik, R. (2010). Introducing entrepreneurship and culture. In A. Freytag & R. Thurik (Eds.), *Entrepreneurship and Culture*. Berlin Heidelberg Springer-Verlag.
- Friedman, E., Johnson, S., Kaufmann, D., and Zoido-Lobaton, P. (2000). Dodging the grabbing hand: The determinants of unofficial activity in 69 countries. *Journal of Public Economics*, 76, 459-493.
- Gartner, W. (1989). Who is an Entrepreneur? Is the Wrong Question. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13, 4, 47-68.

George, D. & Mallery, P. (2003). SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 4th edition. Boston: Allyn & Bacon.

George, G. & Zahra S. (2002). "Culture and its Consequences for Entrepreneurship". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26, 5 - 8.

Gërzhani, K. (2004). The Informal Sector in developed and less developed countries: A Literature survey. *Public Choice*, 120, 267-300.

Gibson, D. E. (2004). Role models in career development: New directions for theory and research. *Journal of Vocational Behavior*, 65, 134–156.

Godfrey P.C. (2011). Toward a theory of the informal economy, *Academy of Management Annals*, Vol. 5, No. 1, pp. 231– 277.

Godin, G. & Kok, G. (1996). The Theory of Planned Behaviour: A review of its applications to health-related behaviours. *American Journal of Health Promotion*, 11, 87- 98.

Greene, W.H. (2003). Econometric analysis (5th Ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

Grossman, J.B. (1982). The Substitutability of Natives and Immigrants in Production. *Review of Economic and Statistics*, Vol. 64, No. 3, pp. 596–603.

Gurtoo, A., Williams, C.C., (2009). Entrepreneurship and the informal sector: some lessons from India. *Entrepreneurship and Innovation* 10, 1–8

Hall, E. T. (1973). "The Silent Language". New York: Anchor.

Hallam, C. R., Zanella, G., & Lijerón, J. D. (2017). Informal Entrepreneurship and Past Experience in an Emerging Economy. In United States Association for Small Business and Entrepreneurship. Conference Proceedings (p. 395). United States Association for Small Business and Entrepreneurship.

Harding, P. & Jenkins, R. (1989). The myth of the hidden economy: towards a new understanding of informal economic activity. Philadelphia: Open University Press, Milton Keynes

Hart, K. (1970). Small scale entrepreneurs in Ghana and development planning. *Journal of Development Studies*, 6, 104-120.

Hart, K. (1972). Employment, income and inequality: A strategy for increasing productive employment in Kenya. Geneva: International Labor Organization.

Hart, K. (1973). Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana. *The Journal of Modern African Studies*, 11, 61-89.

- Hart, K. (2010). Informal Economy. In, K. Hart, J-L. Laville and A. D. Cattani (Eds.). *The Human Economy: A Citizen's Guide* (pp.142-153). Cambridge: Polity Press.
- Haus, I., Steinmetz, H., Isidor R., & Kabst, R. (2013). Gender effects on entrepreneurial intention: a meta-analytical structural equation model. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 5(2), 130–156.
- Hayton J.C., George G. & Zahara S.A. (2002). National culture and entrepreneurship: A review of behavioral research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26, 33-52.
- Hessing, D. J., Elffers, H., and Weigel, R. H. (1998). Exploring the limits of self-reports and reasoned action: An investigation of the psychology of tax evasion behaviour. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 405-413.
- Hipsher, S. A. (2013). Motivations of Entrepreneurs in the Informal Economy: Examples from Cambodia. In T. M. T. Thai & E. Turkina (Eds.), *Entrepreneurship in the Informal Economy: models, Approaches and Prospects for Economic Development* (pp. 50-62). New York: Routledge.
- Hirschman, A.O. (1970). "Exit, Voice, and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations, and States". Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Ho, V. T., & Levesque, L. L. (2005). With a little help from my friends (and substitutes): Social referents and influence in psychological contract fulfillment. *Organization Science*, 16(3), 275-289.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations across Nations*, 2nd edition. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Hofstede, G. (2010). Geert hofstede. National cultural dimensions.
- Hofstede, G., & Hofstede, G. J. (2005). *Organisationer och kulturer*. Studentlitteratur.
- Hopp, C., & Stephan, U. (2012). The influence of socio-cultural environments on the performance of nascent entrepreneurs: Community culture, motivation, self-efficacy and start-up success. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(9-10), 917-945
- Huff, L. and Kelley, L. (2003). Levels of organizational trust in individualist versus collectivist societies: A seven-nation study. *Organization Science*, 14(1), 81-90.
- Hussain, A. (2011). The informal economy: here to stay? *International Trade Forum*, (4), 22-23.

- Husted, B. W., Montiel, I., & Christmann, P. (2016). Effects of local legitimacy on certification decisions to global and national CSR standards by multinational subsidiaries and domestic firms. *Journal of International Business Studies*, 47(3), 382-397.
- Inglehart, R. (1997). *Modernization and Postmodernization*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Inglehart, R., & Baker, W. E. (2000). Modernization, Cultural Change, and the Persistence of Traditional Values. *American Sociological Review*, 65(1), 19-51.
- Inglehart, R., & Oyserman, D. (2004). Individualism, autonomy, self-expression. The human development syndrome. *International Studies in Sociology and Social Anthropology*, 74-96.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2013). Encuesta Permanente de Empleo – Perú.
- Jaén, I., & Liñán, F. (2013). Work values in a changing economic environment: the role of entrepreneurial capital. *International Journal of Manpower*, 34(8), 939-960.
- Jaén, I., & Liñán, F. (2015). Cultural values in the study of a society's entrepreneurial potential (pp. 157-177).
- Jaén, I., Fernández-Serrano, J., & Liñán, F. (2013). Valores culturales, nivel de ingresos y actividad emprendedora. *Revista de Economía Mundial*, 35, 35-52.
- Jennings, D.F. & Zeithaml, C. (1983). Locus of Control: A Review and Directions for Entrepreneurial Research. Paper presented at the Academy of Management, 43th annual meeting. Dallas.
- Jiménez, A., Palmero-Cámara, C., González-Santos, M. J., González-Bernal, J., and Jiménez-Eguizábal, J. A. (2015). The impact of educational levels on formal and informal entrepreneurship. *BRQ Business Research Quarterly*. 18, 204-212
- Johnson, P. S., Parker, S. C., & Wijbenga, F. (2006). Nascent entrepreneurship research: achievements and opportunities. *Small Business Economics*, 27(1), 1-4.
- Kacperczyk, A. J. (2013). Social influence and entrepreneurship: The effect of university peers on entrepreneurial entry. *Organization Science*, 24(3), 664-683.
- Kanungo, R.N. & Bhatnagar, J.K. (1978). Achievement orientation and occupational values: A comparative study of young French and English Canadians. *Canadian Journal of Behavioral Science*, 12(3), 384-392.
- Kautonen, T., Tornikoski, E. T. & Kibler, E. (2011). Entrepreneurial intentions in the third age: the impact of perceived age norms. *Small Business Economics*, 37, pp. 219-234.

- Kautonen, T., Van Gelderen, M., and Tornikoski, E. T. (2013). Predicting entrepreneurial behaviour: a test of the theory of planned behaviour. *Applied Economics*, 45(6), 697-707.
- Kautonen, T., Van Gelderen, M., Fink, M. (2013). Robustness of the Theory of Planned Behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*.
- Ketchen D., Ireland D. & Webb J. (2014). Toward a Research Agenda for the Informal Economy: A survey of the Strategic Entrepreneurship Journal's Editorial Board. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 8, 95-100.
- Kibler, E. (2013). Formation of entrepreneurial intentions in a regional context. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(3-4), 293-323.
- Kibler, E., Kautonen, T., & Fink, M. (2014). Regional social legitimacy of entrepreneurship: Implications for entrepreneurial intention and start-up behaviour. *Regional Studies*, 48(6), 995-1015.
- Kirchhoff, B. (1991). Entrepreneurship's contributions economics. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 93-112.
- Kirchler, E., Hoelzl, E., & Wahl, I. (2008). Enforced versus voluntary tax compliance: The "slippery slope" framework. *Journal of Economic Psychology*, 29, 210–225.
- Klapper L, Amit R, Guillen M & Quesada J. (2007). Entrepreneurship and firm formation across countries. The World Bank, Policy Research Working Paper, Series 4313.
- Kline, P. (2009). The handbook of psychological testing. 2nd edition. London: Routledge.
- Klyver, K. (2008). An analytical framework for micro-level analysis of GEM data. *International Journal Entrepreneurship and Small Business*, 6, 583-603.
- Kogout, B. & Singh, H. (1988). The effect of national culture on the choice of entry mode. *Journal of International Business Studies*, (Fall), 411-432.
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21, 47-57.
- Krueger, N. F. (2000). The Cognitive Infrastructure of Opportunity Emergence. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(3) , 5-23.
- Krueger, N. F. (2003). The Cognitive Psychology of Entrepreneurship. In Z. J. Acs & D. B. Audretsch (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research*, (pp. 105-140). Manchester, UK.

- Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315-330.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., and Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411-432.
- Lafuente, E., Vaillant, Y., & Rialp, J. (2007). Regional differences in the influence of role models: Comparing the entrepreneurial process of rural Catalonia. *Regional Studies*, 41(6), 779-796.
- La Porta, R. & Shleifer, A. (2014). Informality and development. *Journal of Economic Perspectives*, 28(3), 109–126.
- Laskovaia, A., Shirokova, G., & Morris, M. H. (2017). National culture, effectuation, and new venture performance: global evidence from student entrepreneurs. *Small Business Economics*, 1-23.
- Lenartowicz, T., & Roth, K. (1999). A framework for culture assessment. *Journal of International Business Studies*, 30(4), 781-798.
- Licht, Amir N. & Siegel, Jordan I. (2006). *The Social Dimensions of Entrepreneurship*. Oxford Handbook of Entrepreneurship, Oxford University Press.
- Light, I. (2013). Foreword. In, T. M. T. Thai, and E. Turkina (Eds.), *Entrepreneurship in the Informal Economy: Models, Approaches and Prospects for Economic Development* (pp. xiii-xv). New York: Routledge.
- Liñán, F. & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 33(3), 593-617.
- Liñán, F. & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907–933,
- Liñán, F., Fernández-Serrano, J., & Romero, I. (2013). Necessity and Opportunity Entrepreneurship: The Mediating Effect of Culture. *Revista de Economía Mundial*, 33, 21-47.
- Liñán, F., Urbano, D., & Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship and Regional Development*, 23(3-4), 187-215.
- Loayza, N. (2008). Causas y consecuencias de la informalidad en el Perú. Banco Central de Reserva del Perú, 15, 43-64.
- London, T., Esper, H., Grogan-Kaylor, A., & Kistruck, G.M. (2014). Connecting poverty to purchase in informal markets. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 8, 37–55.

- Mair, J., Marti, I., & Ventresca, M. (2012). Building inclusive markets in rural Bangladesh: How intermediaries work institutional voids. *Academy of Management Journal*, 55, 819–850.
- Malecki, E. J. (2009). Geographical environments for entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 7(2), 175-190.
- Maloney, W. F. (2004). Informality revisited. *World development*, 32(7), 1159-1178.
- Manning, M. (2009). The effects of subjective norms on behaviour in the theory of planned behaviour: A meta-analysis. *British Journal of Social Psychology*, 48, 649-705.
- Marcoullier, D. & Young, L. (1995). The black hole of graft: The predatory state and the informal economy. *American Economic Review*, 85(3), 630–646.
- Marino, L., Strandholm, K., Steensma, H.K., & Weaver, K.M. (2002). The moderating effect of national culture on the relationship between entrepreneurial orientation and strategic alliance portfolio extensiveness. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 46, 145-160.
- Mas-Tur, A., Pinazo, P., Tur-Porcar, A. M., Sánchez-Masferrer, M. (2015). What to avoid to succeed as an entrepreneur. *Journal of Business Research*, 68, 2279–2284
- Mata, J., & Portugal, P. (2015). The termination of international joint ventures: Closure and acquisition by domestic and foreign partners. *International Business Review*, 24(4), 677-689.
- Matasumoto, D., & Yoo, S. H. (2006). Toward a new generation of cross-cultural research. *Perspectives on Psychological Science*, 1(3), 234-250.
- McGahan, A. M. (2012). Challenges of the Informal Economy for the Field of Management. *Academy of Management Perspectives*, 26(3), 12-21.
- McGrath, R. G. & MacMillan, I.C. (1992). More like each other than anyone else? A cross-cultural study of entrepreneurial perceptions. *Journal of Business Venturing*, 7, 419-429.
- McGrath, R. G., MacMillan, I.C., Ai-Yuan Yang & Tsai W. (1992). Does culture endure or is it malleable?. *Journal of Business Venturing*, 7, 441-458.
- McKenzie, D. & Sakho, Y.S. (2010). Does it pay firms to register for taxes? The impact of formality on firm profitability. *Journal of Development Economics*, 91(1), 15–24.
- Meglino, B. M., & Ravlin, E. C. (1998). Individual values in organizations: Concepts, controversies, and research. *Journal of management*, 24(3), 351-389.
- Minniti, M. (2005). Entrepreneurship and network externalities. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 57(1), 1-27.

- Minniti, M., & Nardone, C. (2007). Being in Someone Else's Shoes: the Role of Gender in Nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 28, 223-238.
- Mitchell, R. K.; Busenitz, L.; Lant, T.; McDougall, P. P.; Morse, E. A. & Smith, J. B. . (2002). Toward a Theory of Entrepreneurial Cognition: Rethinking the People Side of Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 93-104.
- Mitchell, R. K.; Smith, B.; Seawright, K. W. and Morse, E. A. (2000): "Cross-Cultural Cognitions and the Venture Creation Decision", *Academy of Management Journal*, 43(5), 974-993.
- Morton, N. and Koufteros, X. (2008). Intention to commit online music piracy and its antecedents: An empirical investigation. *Structural Equation Modelling*, 15, 491-512.
- Mukherjee, D. (2016). Informal economy in emerging economies: not a substitute but a complement!. *International Journal of Business & Economic Development*, 4(3).
- Murphy, K. (2005). Regulating more effectively: The relationship between procedural justice, legitimacy and tax non-compliance. *Journal of Law and Society*, 32(4), 562-589.
- Neuwirth, R. (2011). *Stealth of nations: The global rise of the informal economy*. New York: Random House Digital, Inc.
- North, D. (1994). Economic performance through time. *American Economic Review*, 84(3), 359-368.
- North, D.C. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nyström, K. (2008). The institutions of economic freedom and entrepreneurship: evidence from panel data. . *Public Choice*, 136, 269-282.
- Parnell, J. A. (2008). Strategy execution in emerging economies: Assessing strategic diffusion in Mexico and Peru. *Management Decision*, 46(9), 1277 - 1298.
- Peredo, A. M., & McLean, M. (2013). Indigenous development and the cultural captivity of entrepreneurship. *Business & Society*, 52(4), 592-620.
- Perry G, Maloney W, Arias O, Fajnzylber P, Mason A & Saavedra J. (2007). Informality: Exit and exclusion. *Washington DC: The World Bank*.
- Pisani, M. J. (2013). Informal Entrepreneurs in Central America: A labor of love or survival? In T. M. T. Thai & E. Turkina (Eds.), *Entrepreneurship in the Informal Economy: Models, approaches and Prospects for Economic Development* (pp. 127-142). New York: Routledge.
- Pisani, M. J. and Pagan, J. A. (2004). Sectoral selection and informality: a Nicaraguan case study. *Review of Development Economics*, 8(4), 541-556.

Portes A. & Haller W. (2004). La Economía Informal. Serie políticas sociales, CEPAL, Santiago de Chile, 100.

Portes, A. (1994). When more can be less: labor standards, development, and the informal economy. In: Rakowski, C.A. (Ed.), *Contrapunto: the Informal Sector. Debate in Latin America*. State University of New York Press, Albany, NY, pp. 113–129.

Powell, A. P. (2013). Rethinking reforms: How Latin America and the Caribbean can escape suppressed world growth. 2013 Latin American and Caribbean Macroeconomic Report. Washington D.C.: Inter-American Development Bank.

Prabasaj P, Pennell M, Lemeshow S. Standardizing the power of the Hosmer-Lemeshow goodness of fit test in large data sets. *Statistic in Medicine*, Jul 26 2012.

PwC Perú (2013). Visión y necesidades de empresas familiares en el Perú: Estudio de empresas familiares. Lima: PricewaterhouseCoopers S. Civil de R. L.

Qian, J.U.N. & Strahan, P.E. (2007). How laws and institutions shape financial contracts: The case of bank loans. *Journal of Finance*, 62, 2803–2834.

Ralston, D. A., Holt, D. H., Terpstra, R. H., & Kai-Cheng, Y. (1997). The impact of natural culture and economic ideology on managerial work values: a study of the United States, Russia, Japan, and China. *Journal of International Business Studies*, 28(1), 177-207.

Ralston, D. A., van Thang, N., & Napier, N. K. (1999). A comparative study of the work values of North and South Vietnamese managers. *Journal of International Business Studies*, 30(4), 655-672.

Ram, M., Edwards, P., and Jones, T. (2007). Staying underground: Informal work, small firms, and employment regulation in the United Kingdom. *Work and Occupations*, 34(3), 318-344.

Rauch A. & Frese M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: a meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and succes. *Europe Journal Work Organizational Psychology*, 16(4): 353-385.

Reyes, D. and Martín A. (2007) Creencias de los Docentes de Formación Inicial sobre las Tecnologías info-comunicacionales. Una aproximación desde la Teoría del Comportamiento Planificado. Documento de investigación del Ministerio de Educación y Ciencias de España. Madrid: Spanish Ministry of Education and Sciences.

Reynolds, P. D.; Bosma, N.; Autio, E.; Hunt, S.; De Bono, N.& Servais, I. . (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998–2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.

Reynolds,P.D.; Storey, D. J. & Westhead, P. (1994). Cross-National Comparison of the Variation in New Firm Rates. *Regional Studies*, 28, 443-456.

- Richardson, M. & Sawyer, A. (2001). A taxonomy of the tax compliance literature: Further findings, problems and prospects. *Australian Tax Forum*, 16(2), 137–320.
- Rivis, A., Sheeran, P. and Armitage, C. (2009). Expanding the affective and normative components of the theory of planned behaviour: A meta-analysis of anticipated affect and moral norm. *Journal of Applied Social Psychology*, 39(12), 2985-3019.
- Rodin, D. L., McNeill, K., Vite-Leon, N., & Heymann, J. (2012). Determinants of informal employment among working mothers in Mexico. *Community, Work & Family*, 15(1), 85-99.
- Rosser J.B., Rosser M.V. & Ahmed E. (2000). Income inequality and the informal economy in transition economics. *Journal of Comparative Economics*, 28, 156-171.
- Saeed, A. & Shah, A. (2011). Enhancing tax morale with marketing tactics: A review of the literature. *African Journal of Business Management*, 5, 13,659–13,665.
- Salimath, M. S., & Cullen, J. B. (2010). Formal and informal institutional effects on entrepreneurship: A synthesis of nation-level research. *International Journal of Organizational Analysis*, 18(3), 358-385.
- Schiffer, M. and Weder, B. (2002). Firm Size and the Business Environment: Worldwide Survey Results. Discussion paper [43]. Washington D.C.: International Finance Corporation.
- Schneider F. & Williams C. (2013). *The Shadow Economy*. London: The Institute of Economic Affairs.
- Schneider, F., & Enste, D. H. (2013). *The shadow economy: An international survey*. Cambridge University Press.
- Schneider, F., Buehn, A., & Montenegro, C. E. (2010). Shadow Economies all over the World: New Estimates for 162 Countries from 1999 to 2007. *Policy Research Working Paper Series 5335*. Washington, DC: World Bank
- Schwartz, S. H. (1994). Are there universal aspects in the structure and contents of human values?. *Journal of social issues*, 50(4), 19-45.
- Schwartz, S. H. (1999). A theory of cultural values and some implications for work. *Applied Psychology: An International Review*, 48(1), 23-47.
- Schwartz, S. H. (2004). Mapping and interpreting cultural differences around the world. *International studies in sociology and social anthropology*, 43-73.
- Scott, M. & Twomey, D. (1988). Long-term supply of entrepreneurs: Students. career aspirations to entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 26, 5-13.

Serida Nishimura, J. and Morales Tristán, O. (2011). Using the theory of planned behaviour to predict nascent entrepreneurship. *Revista Latinoamericana de Administración*, 46, 55-71.

Sethuraman, S.V. (1976), "The urban informal sector: concept, measurement and policy", *International Labor Review*, 114:69-81.

Shane S. & Venkataraman S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25 (1), 217-226.

Shane, S. (1993). Cultural influences on national rates of innovation. *Journal of Business Venturing*, 8, 59 - 73.

Shane, S. (1994). The effect of national culture on the choice between licensing and direct foreign investment. *Strategic Management Journal*, 15, 627 - 642.

Shane, S.; Locke, E.A. & Collins, C.J. (2003). "Entrepreneurial Motivation". *Human Resource Management Review*, 12, 257-279.

Simon, M.; Houghton, S.M. & Aquino, K. . (2000). "Cognitive Biases, Risk Perception and Venture Formation: How individuals Decide to Start Companies". *Journal of Business Venturing*, 15(2), 113-134.

Siqueira A, Webb J. & Bruton G. (2014). Informal Entrepreneurship and Industry Conditions. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 1-24.

Skousen, B.R. & Mahoney, J.T. (2015). Factors influencing the registration decision in the informal economy. In P.C. Godfrey (Ed.) *Management, society, and the informal economy* (pp. 95–112). London: Routledge.

Smallbone, D. Welter, F. & Ateljevic, J. (2014). Entrepreneurship in emerging market economies: Contemporary issues and perspectives. *International Small Business Journal*, 32(2), 113-116.

Stephan, U., & Uhlaner, L. M. (2010). Performance-based vs socially supportive culture: A cross-national study of descriptive norms and entrepreneurship. *Journal of International Business Studies*, 41(8), 1347-1364.

Stewart W.H. & Roth P.L. (2001). Risk propensity differences between entrepreneurs and managers: a meta-analytic review. *Journal of Applied Psychology*, 86(1): 145 - 153.

Strong, K., & Weber, J. (1998). The myth of the trusting culture: A global empirical assessment. *Business & Society*, 37(2), 157-183.

Suddle, K., Beugelsdijk, S., & Wennekers, S. (2010). Entrepreneurial Culture and its Effect on the Rate of Nascent Entrepreneurship. In A. Freytag & R. Thurik (Eds.), *Entrepreneurship and Culture* (pp. 227-224). Berlin Heidelberg: Springer-Verlag.

- Swaminathan, M. (1991). Understanding the informal sector: A Survey. *WIDER WP 95*. Finland.
- Swartz, S. and Douglas, M. (2009). The independence of independents: Influences on commercial driver intentions to commit unsafe acts. *Transportation Journal*, 48(1), 23-41.
- Taras V., Rowney J. and Steel P. (2009). Half a century of measuring culture: Review of approaches, challenges, and limitations based on the analysis of 121 instruments for quantifying culture. *Journal of International Management*, 15, 357 - 373.
- Thai, M. T. T., & Turkina, E. (2014). Macro-level determinants of formal entrepreneurship versus informal entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 29(4), 490-510.
- Thai, T. M. T. and Turkina, E. (2013). Determinants of informal entrepreneurship: A cross-country analysis. In, T. M. T. Thai, and E. Turkina, (Eds.) *Entrepreneurship in the Informal Economy: Models, approaches and Prospects for Economic Development* (pp. 3-18). New York: Routledge.
- Thornton P.H., Ribeiro-Soriano D. & Urbano D. (2011). Socio-Cultural factors and entrepreneurial activity: An Overview. *International Small Business Journal*, 29, 105-118.
- Thornton, P.H. (1999). The sociology of entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, 25, 19 - 46.
- Triandis, H. (2000). Cross-cultural I/O psychology at the end of the millennium. *Applied Psychology: An International Review*, 49(1), 222-226.
- Tung, R. L., & Verbeke, A. (2010). Beyond Hofstede and GLOBE: Improving the quality of cross-cultural research. *Journal of International Business Studies*, 41, 1259-1274.
- Tung, R. L., Worm, V., & Fang, T. (2008). Sino-Western business negotiations revisited - 30 years after China's Open Door Policy. *Organizational Dynamics*, 37(1).
- Uhlener L. & Thurik R. (2007). Postmaterialism influencing total entrepreneurial activity across nations. *Journal of Evolutionary Economics*, 17, 161-185.
- Van Gelderen, M., Brand, M., van Praag, M., Bodewes, W., Poutsma, E., and van Gils, A. (2008). Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour. *Career Development International*, 13(6), 538-559.
- Van Gelderen, M., Thurik, R., & Patel, P. (2011). Encountered Problems and Outcome Status in Nascent Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 71-91.

Van Stel, A., Carree, M. and Thurik, R. (2005). The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. *Small Business Economics*, 24, 311- 321.

Venter, R. (2012). Entrepreneurial values, hybridity and entrepreneurial capital: Insights from Johannesburg's informal sector. *Development Southern Africa*, 29(2), 225-239.

Von Glinow, M. A., Shapiro, D. L., & Brett, J. M. (2004). Can we talk, and should we? Managing emotional conflict in multicultural teams. *Academy of Management Review*, 29(4): 578–592.

Webb, J.W. & Ireland, R.D. (2015). Laying the foundation for a theory of informal adjustments. In P.C. Godfrey (Ed.) *Management, society, and the informal economy* (pp. 21–41). London: Routledge.

Webb, J.W., Ireland, R.D., & Ketchen, D.J. (2014). Towards a greater understanding of entrepreneurship and strategy in the informal economy. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 8(1), 1–15.

Webb, J.W., Kistruck, G.M., Ireland, R.D., & Ketchen, D.J. (2010). The entrepreneurial process in bottom of the pyramid markets: The case of multinational corporation/nongovernment organization alliances. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(3), 555–581.

Webb, J. W., Bruton, G. D., Tihanyi, L., and Ireland, R. D. (2013). Research on entrepreneurship in the informal economy: Framing a research agenda. *Journal of Business Venturing*, 28(5), 598–614.

Webb, J. W., Tihanyi, L., Ireland, R. D., and Sirmon, D. G. (2009). You say illegal, I say legitimate: Entrepreneurship in the formal economy. *Academy of Management Review*, 34(3), 492-510.

Weiers, R. (2005). *Introduction to business statistics*, 5th Edition. Stamford, CT: Thompson Learning.

Wicker, A. W. (1969). Attitudes versus actions: The relationship of verbal and overt behavioral responses to attitude objects. *Journal of Social issues*, 25(4), 41-78.

Williams C. & Youssef Y. (2013). Evaluating the gender variations in informal sector entrepreneurship: some lessons from Brazil. *Journal of Developmental Entrepreneurship* , 18, 1-16.

Williams, C. & Gurtoo, A. (2013). Beyond entrepreneurs as heroic icons of capitalism: a case study of street entrepreneurs in India. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 19, 421-437

Williams, C. (2007). Small business and the informal economy: evidence from the UK. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* , 13, 349-366.

Williams, C. C. (2011). Entrepreneurship, the informal economy and rural communities. *Journal of Enterprising Communities*, 5(2), 145-157.

Williams, C. C. (2013a). Tackling Informal Entrepreneurs: Tailoring policy measures to the varieties of informal entrepreneurship. In, T. M. T. Thai, and E. Turkina (Eds.), *Entrepreneurship in the Informal Economy: Models, Approaches and Prospects for Economic Development* (pp. 161-173). New York: Routledge.

Williams, C. C. (2013b). Beyond the formal economy: Evaluating the level of employment in informal sector enterprises in global perspective. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 18(4).

Williams, C. C. (2015). Tackling entrepreneurship in the informal sector: An overview of the policy options, approaches and measures. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 20(01).

Williams, C. C. and Nadin, S. (2010). Entrepreneurship and the informal economy: An overview. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 15(4), 361-378.

Williams, C. C., & Nadin, S. (2012). Tackling the hidden enterprise culture: Government policies to support the formalization of informal entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(9/10), 895-915.

Williams, C. C., & Round, J. (2009). Evaluating informal entrepreneurs' motives: evidence from Moscow. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 15(1), 94-107.

Williams, C. C., & Shahid, M. S. (2016). Informal entrepreneurship and institutional theory: explaining the varying degrees of (in) formalization of entrepreneurs in Pakistan. *Entrepreneurship & Regional Development*, 28(1-2), 1-25.

Williams, C.C., Shahid, M.S., & Martinez, A. (2016). Determinants of the level of informality of informal micro-enterprises: Some evidence from the city of Lahore, Pakistan. *World Development*, 84, 312–325. doi:10.1016/j.worlddev.2015.09.003.

Williams, C.C., & Martinez-Perez, A. (2014). Is the informal economy an incubator for new enterprise creation? A gender perspective. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 20(1), 4-19,

Williams, C.C. & Martinez-Perez, A. (2014). Entrepreneurship in the informal economy: A product of too much or too little state intervention? *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 15(4), 227–237.

Williams, C. C., Martinez-Perez, A., & Kedir, A. M. (2016). Informal entrepreneurship in developing economies: The impacts of starting up unregistered on firm performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*.

Williams, C.C., Nadin, S. & Rodgers, P. (2012). Evaluating competing theories of informal entrepreneurship: Some lessons from Ukraine. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 18(5), 528-543.

Williams, N. & Vorley, T. (2015). Institutional asymmetry: How formal and informal institutions affect entrepreneurship in Bulgaria. *International Small Business Journal*, 33(8), 840–861.

Williamson, O. (2000). The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead. *Journal of Economics Literature* , 38, 595-613.

Wood, R., & Bandura, A. (1989). Social cognitive theory of organizational management. *Academy of Management Review*, 14(3), 361-384.

Wyrwich, M., Stuetzer, M., & Sternberg, R. (2016). Entrepreneurial role models, fear of failure, and institutional approval of entrepreneurship: A tale of two regions. *Small Business Economics*, 46, 467-492.

Zahra, S. A., Wright, M., and Abdelgawad, S. G. (2014). Contextualization and the advancement of entrepreneurship research. *International Small Business Journal*, 32(5), 479-500